

# 令和4年度農山漁村振興交付金事業

地域活性化対策

(農山漁村情報発信事業農業遺産等の情報発信  
(食品等のマーケティング及びSNSでの発信))

## 実施報告書

令和5年3月

株式会社テレビ東京ダイレクト

## 目 次

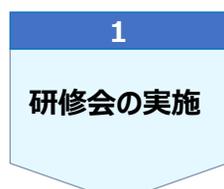
1. 実施体制図	P 1
2. 農業遺産における研修会及び集客力の高い催しを活用したPR	P 2
3. 世界かんがい施設遺産における研修会およびコンテンツ作成	P54
4. 本事業の効果測定および今後の方向性について	P80
5. 別添資料	P89

## 2. 農業遺産における研修会及び集客力の高い催しを活用したPR

農業遺産認定地域の特産品・認証品（食品）について、首都圏等で開催される食関連のイベントや販売会へ出展し、PRを行うとともに、食品流通事業者とマッチングを行い、新たな販路を開拓する。また、来場者に向け農業遺産認定制度の認知度向上を図る。

### 1 全体概要（基本フレーム）

出展者に対して**効果的な商談やブースでのPR手法等についての研修会**を実施することで、**出展効果の最大化**を図ります。



**出展各社のより効果的な出展を実現するためのサポートを行います。**

農業遺産認定地域の特産品・認証品（食品）の関係者（生産者）に研修会および首都圏イベントへの特産品・認証品（食品）の参加募集を行います。



**各出展者が最高のパフォーマンスを発揮できるよう、様々な視点でサポートしていきます。**

本番会期中も商談支援サポートを行います。



**消費者・市場ニーズや、見せ方、PR方法等、展示会収集したアンケート内容の集計・検証結果を出展者にフィードバック**

アンケート集計・分析等の出展レポートを作成し、出展者にその情報のフィードバックを行います。

また、上記の農業遺産認定地域の特産品・認証品（食品）のPR、商談に加えて、**「世界農業遺産」「日本農業遺産」の認定制度の紹介・PR、世界農業遺産認定地域・日本農業遺産認定地域の取組事例等の紹介もあわせて展開することで、認知度の向上**を図る。

### 2 実施概要

回次	開催時期	開催概要
第1回 研修会	令和4年7月19日(月)	開催方法：オンライン(Zoom) 開催時間：13時～15時30分
展示会	令和4年9月28日(水) ～9月29日(木)	イベント名：FOOD STYLE Japan 2022 開催場所：東京ビッグサイト
第2回 研修会	令和4年11月2日(水)	開催方法：オンライン(Zoom) 開催時間：13時～15時

農業遺産認定地域の研修会の概要

## 農業遺産認定地域の食品及び観光の 情報発信に関する研修会(商談会シート作成研修)

### 1 第1回研修会

研修目的	「FOOD STYLE JAPAN」への出展準備
開催日	2022年7月19日(火) 13時～16時
内容	①商品開発および販路開拓のポイント ②ワークショップ(魅力の洗い出し、STP分析、マーケット・ミックス)
開催方法	オンライン開催(Zoom)
参加対象	農業遺産認定地域の行政担当者及び商談会出品商品事業者・関係者
参加方法	可能な場合は主たる行政担当者および食品製造事業者が一緒の場所に参加すること
研修成果	農業遺産地域および特産品・認証品(食品)の魅力をFCPシートへ落とし込む
フォローアップ	商談会までに講師とFCPシートの添削・ブラッシュアップを行う

### 2 商談会への出展

日本最大級！外食・中食・小売業界を網羅する食の商談展示会



開催日	2022年9月28～29日
会場	東京ビッグサイト 東2・3ホール
展示方法	①商品展示&担当者 ②商品展示のみ ③商談会シートのみ
参加対象	農業遺産の認定地域の行政担当者及び商談会出品商品事業者・関係者
費用	出展費用は無料。出展商品および担当者の旅費・宿泊費等は自己負担

※イベント詳細は別添参照

### 3 第2回研修会

研修目的	「FOOD STYLE JAPAN」の出展を踏まえた上での課題の洗い出し
開催日	2022年11月2日(水) 13時～15時 ※時間は変更の可能性あり
内容	①商談会のフィードバック ②グループワーク(地域課題の共有・農業遺産をどう発信していくか)
開催方法	オンライン開催(Zoom)
参加対象	農業遺産認定地域の行政担当者及び商談会出品商品事業者・関係者
参加方法	主たる行政担当者および食品製造事業者が一緒の場所に参加すること
研修成果	商談会出展を踏まえた課題の明確化とセールストークのブラッシュアップ

※申込方法：<https://forms.gle/GxWccimmqkULcHxE6>



農林水産省：令和4年度農山漁村振興交付金（農業遺産等の情報発信）  
 実施主体：株式会社テレビ東京ダイレクト 講師：株式会社食農夢創  
 問い合わせ先：(株)食農夢創 仲野真人 MAIL：m.nakano@shokunoumuso.jp

議事次第

令和4年度地域活性化対策：農山漁村情報発信事業

農業遺産等の情報発信（食品等のマーケティング及び SNS での発信）

農業遺産認定地域の食品及び観光の情報発信に関する研修会

第1回

議事次第

日 時：令和4年7月19日（月）13:00～15:30

開催方法：オンライン（Zoom）

- |   |             |
|---|-------------|
| 1. 開会挨拶                                     | 13:00～13:05 |
| 農林水産省農村振興局農村政策部鳥獣対策・農村環境課<br>農村環境対策室長 寺島 友子 |             |
| 2. 【講義】商品開発および販路開拓のポイント                     | 13:05～14:00 |
| 株式会社食農夢創 代表取締役 仲野真人                         |             |
| 〈休憩〉  | 14:00～14:10 |
| 3. 商談会シート作成に向けたワークショップ                      | 14:10～15:20 |
| 4. 今後の流れ                                    | 15:20～15:30 |
| 5. 閉会                                       | 15:30       |

## 農業遺産認定地域の食品および情報発信に関する 研修会アンケート（7月19日開催分）

本日の研修会へのご参加ありがとうございました。  
今後の参考にさせていただきたく是非アンケートへご回答いただけますと幸いです。  
何卒よろしくお願ひ申し上げます。

### ①【講義】商品開発および販路開拓のポイント

- とても参考になった
- 参考になった
- 普通
- 参考にならなかった
- まったく参考にならなかった

①で参考になった、印象に残った点についてご記入ください。

記述式テキスト（長文回答）

.....

### ②商談会シート作成に向けたワークショップ

- とても参考になった
- 参考になった
- 普通
- 参考にならなかった
- まったく参考にならなかった

②で参考になった、印象に残った点についてご記入ください。

記述式テキスト（長文回答）

.....

③研修会全体の満足度についてお聞かせください。

- 大変満足
- 満足
- 普通
- 不満

④本日の研修に参加した感想をお聞かせください。（特に良かった点など）

記述式テキスト（長文回答）

.....

⑤本日の研修に参加した感想をお聞かせください。（改善すべき点など）

記述式テキスト（長文回答）

.....

⑥農業遺産の情報発信に向けて今後どのような研修であれば参加したいと思いますか？

記述式テキスト（長文回答）

.....

参加団体名（行政名・事業者名）

記述式テキスト（短文回答）

部署（所属）

記述式テキスト（短文回答）

役職

記述式テキスト（短文回答）

名前

記述式テキスト（短文回答）

下記「個人情報の取り扱いに関する同意書」を読み、同意の可否をお答えください。

## ◆個人情報の取扱いに関する同意書

## 1. 個人情報の利用目的

今回取得させていただいた「個人情報」の利用目的は、以下の通りです。

- (1) 農業産出物取引情報の集約及び観光の情報発信に関する研究会及び畜産会の問合せ対応のため
- (2) 農業産出物取引情報の集約及び観光の情報発信に関する研究会及び畜産会の案内のため
- (3) その他、参加者への本研発表及び畜産会の概要の公開等により問合せを適切かつ円滑に行うため

## 2. 個人情報の提供先

今回取得させていただいた「個人情報」は第三者へ提供することはありません。

## 3. 個人情報の外部委託

今回取得させていただいた「個人情報」は、当社が所属している協力会社に、当社の責任の下、委託させていただくことがあります。

## 4. 個人情報の訂正について

今回取得させていただいた「個人情報」は任意となりますが、ご提供いただけない場合、本研究会及び畜産会に参加できません。

## 5. 個人情報に関する利用目的の通知・開示・訂正・削除・利用停止について

今回取得させていただいた「個人情報」に関して利用目的の通知や開示を行うことができます。また、万一登録内容が不正または誤りであることが判明した場合には、当社は速やかに訂正または削除に認識させていただきます。当社が当該情報を利用している場合であっても、申込者から中止の申し出があった場合は、それ以降当社での利用、他者への提供を中止する措置をとります。

ご自身の個人情報の利用目的の通知・開示・訂正・削除の応答や、利用・提供中止の申出等に関しては、以下にご連絡ください。

株式会社アールと東京アールが  
 個人情報保護委員会  
 電話番号：03-5411-1225  
 メールアドレス：privacy@actforus.jp

## 6. 当社の個人情報保護管理報告

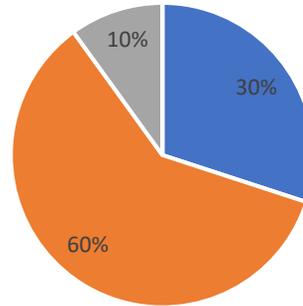
当社の個人情報保護管理報告は、以下のとおりです。

氏名：佐藤敦典  
 職名：常務取締役

 はい いいえ/いいえ

## 1. 【講義】商品開発および販路開拓のポイント

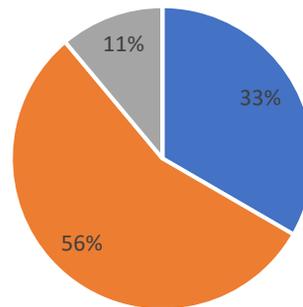
とても参考になった	3
参考になった	6
普通	1
参考にならなかった	0
まったく参考にならなかった	0
合計	10



- とても参考になった
- 参考になった
- 普通
- 参考にならなかった
- まったく参考にならなかった

## 2. 商談会シート作成に向けたワークショップ

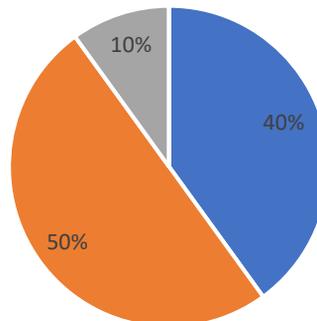
とても参考になった	3
参考になった	5
普通	1
参考にならなかった	0
まったく参考にならなかった	0
合計	9



- とても参考になった
- 参考になった
- 普通
- 参考にならなかった
- まったく参考にならなかった

## 3. 研修会全体の満足度について

とても参考になった	4
参考になった	5
普通	1
参考にならなかった	0
まったく参考にならなかった	0
合計	9



- 大変満足
- 満足
- 普通
- 不満
- 大変不満

### 1. 【講義】商品開発および販路開拓のポイントで参考になった、印象に残った点について

- ・強みの細分化について
- ・消費動向の変化とそれに対する考え方を丁寧に説明されていて、非常に参考になった。
- ・販売の方法
- ・消費動向について
- ・ファン作りのハヒフヘホ、ハヒフヘホそれぞれできているか確認すればもっとファンができそうです。
- ・ファンづくりの「ハヒフヘホ」は、なるほどと思った。安心安全は今や当たり前ということ。
- ・販売環境の変化やターゲットに対応した販売戦略の基礎を学んだ。
- ・コロナ禍での利用サービスの状況
- ・食品の販売に関して知識が無いため、販売先別の特徴などの解説がたいへん参考になりました。

### 2. 商談会シート作成に向けたワークショップで参考になった、印象に残った点について

- ・ペルソナマーケティング
- ・当方、行政のため、個別具体の商品についてシートを作成することはありませんが、シート作成に向けた準備や考え方の整理について理解することができました。
- ・より具体的に商品についての良さを分かりやすく説明する点
- ・マーケティング分析
- ・FCPシートでは空欄をつくらず、当たり前のことを書いても書いて埋めること
- ・自社商品の強みを分かっているようで、実際に書き出すと悩むこともあった。
- ・マーケティング手法と商品販売の基本的事項のイメージが描けた。
- ・商談会シート一つにとっても事細かな内容が必要である事

### 4. 本日の研修会に参加してよかったこと

- ・FCPシートのターゲット目線での書き方
- ・今回の研修内容を参考に、生産者や事業者と考え方の整理についてアドバイスしていきたいです。その際に、SWOT・STP分析については非常に参考になると思いました。
- ・販売するノウハウの勉強になりました。
- ・マーケティング分析をする事で良い視点を持てたところ。
- ・後段に商談シートの添削があるので、商談シートの作り方について説明を受けることの意義が大きかった。自分たちの想いだけで書いている部分を提出までに修正したいです。
- ・SNSの発達によりここ数年で販路や販売先がどんどん変わっていているので、気を付ける点、方向性など参考になった。
- ・地域産品の販路拡大に向けた商品セールスの基礎を具体的に学ぶことができた。
- ・全く初めての内容での講習であったため自分としては難しく感じられた
- ・消費動向や販売先の特徴など、食品の販売にあたって大事なポイントを学ぶことができました。

### 5. 本日の研修に参加した感想をお聞かせください。（改善すべき点など）

- ・事業者と一緒に受けることができた点
- ・マーケティングの分析をもう少し詳しく考え方を教えて貰いたかった。
- ・講師の先生から「農業遺産」をSWOT分析してもらおうなど、参加者が共通する事項を例に説明してもらおうとありがたかったです。
- ・様々な業種がいたのでしょがないと思いますが内容が盛りだくさんすぎな気がしました。
- ・声は十分に聞き取れましたが、外付けマイクを使っただけだと、音質的な面でより聞きやすくなるのではと思いました。

### 6. 農業遺産の情報発信に向けて今後どのような研修であれば参加したいと思いますか？

- ・農業遺産をわかりやすく身近に伝える講座
- ・今回の研修は、農業遺産の認定地域の生産者・事業者が自らの商品を農業遺産という視点を活かして情報発信していくという内容でしたが、先行事例としてどのような情報発信が行われているのかも知りたいと思いました。
- ・地域の農業に対する良さを行政と共に話し合い、発信できる研修会になれば有難いです。
- ・具体的な事例を聞けると参考になると思います。
- ・フードスタイルエキスポで特に商談がすすんだ地域の良かった点を共有していただけると幸いです。
- ・個別具体的であるが、ECサイトによる通信販売のポイントなどの研修を計画してほしい。
- ・まだまだ勉強不足なので参加できるものは参加していきたい。
- ・食品以外でも農業遺産のブランディングに関する研修があれば参加してみたいです。

## 開催概要

## ■ 展示会名称

## FOOD STYLE Japan 2022

■ 特別企画  
併催イベント

- ◎製パン&製菓パビリオン
- ◎セミナー
- ◎事前アポイント個別商談会

■ 会 期  
開催時間

2022年9月28日（水）・29日（木）  
10：00～17：00

## ■ 開催場所

東京ビッグサイト 東1・2ホール  
（〒135-0063 東京都江東区有明3-11-1）

■ 後 援  
（順不同）

東京都、日本商工会議所、全国商工会連合会、全国中小企業団体中央会、  
全国水産加工業協同組合連合会、（一社）全日本・食学会、  
（一社）日本百貨店協会、製粉協会、（一社）日本惣菜協会、  
（一社）全日本司厨士協会、（一社）日本厨房工業会、（一社）日本パン工業会、  
（一社）日本弁当サービス協会、（公社）日本給食サービス協会、  
（一社）日本ジビエ振興協会、（一社）日本外食品流通協会、  
（一社）日本飲食業経営審議会、（一社）日本フードビジネス国際化協会、  
（一社）レストランテック協会、（一社）日本物流システム機器協会、  
（一社）日本運搬車両機器協会、（一社）日本3PL協会、NPO法人 居酒屋甲子園、  
NPO法人 繁盛店への道

■ 協 力  
（順不同）

全国製麺協同組合連合会、（公社）日本全職業調理士協会、  
（一社）日本ラーメン協会、（一社）日本空調システムクリーニング協会

## ■ 主 催

FOOD STYLE Japan 実行委員会

## ■ 来場者数

9月28日（水） 【曇り】	9月29日（木） 【曇り一時雨】	合計
16,961人	15,864人	32,825人

「世界農業遺産」「日本農業遺産」のPR

基本的には「世界農業遺産」「日本農業遺産」ともに、出展ブースの壁面を活用し、認定地域等の紹介する大型PRウォールを展開する他、説明パネルの展示（新規制作）やPRツール（パンフレット）を用いて、紹介・PRを行った。また、映像モニターを配置し、農林水産省の様々な取り組み等も紹介・発信した。

①世界農業遺産

世界において重要かつ伝統的な農林水産業を国際連合食糧農業機関（FAO）が認定する制度の紹介・PRを実施。

②日本農業遺産

将来に受け継がれるべき伝統的な農林水産業システムを広く発掘し、農林水産大臣がその価値を評価、認定する「日本農業遺産認定制度」の紹介・PRを実施。



農業遺産認定地域の特産品・認証品（食品）のPR

全国から展示会に来場される外食・中食・小売業界の経営者、購売責任者、チェーン店本部の責任者、ホテル・旅館の経営者、購売責任者、開業予定者などのバイヤーに、農業遺産認定地域の特産品・認証品（食品）のPRを実施した。

① 特産品・認証品（食品）の実物展示

実際に特産品・認証品（食品）を展示することで、ブースを訪れたバイヤー等に対して具体的なイメージを発信した。

- ◎特産品・認証品（食品）の実物展示
- ◎FCPシートの設置（配布）
- ◎PRツール（チラシ/パンフレット等）の設置（配布）

【出展地域と特産品（商品）】

島根県 奥出雲地域	出雲國仁多米
宮城県 大崎地域	一ノ蔵 特別純米原酒 ふゆみずたんぼ
山形県 最上川流域	乱花
和歌山県 高野・花園・清水地域	葉味缶 粉山椒 5g
岐阜県 長良川上中流域	清流の国（日本酒）
滋賀県 琵琶湖地域	魚のゆりかご水田米
新潟県 佐渡地域	佐渡産コシヒカリ 朱鷺と暮らす郷

② 特産品・認証品（食品）の試飲・試食、サンプリングの実施

ブース内に試飲・試食コーナーを設け、特産品・認証品（食品）の試飲・試食、サンプリングを実施。

【試飲・試食、サンプリングを行う地域と特産品（商品）およびその方法】

宮城県大崎地域	一ノ蔵 特別純米原酒 ふゆみずたんぼ	試飲（試飲用ミニカップ）
和歌山県高野・花園・清水地域	葉味缶 粉山椒 5g	出汁にふりかけ試飲（試飲用ミニカップ）
滋賀県琵琶湖地域	魚のゆりかご水田米	精米し小分けしたものをサンプリング

アンケート調査の実施

出展ブースへの来場者を対象に、消費者や市場のニーズを把握するためのアンケート調査を実施。

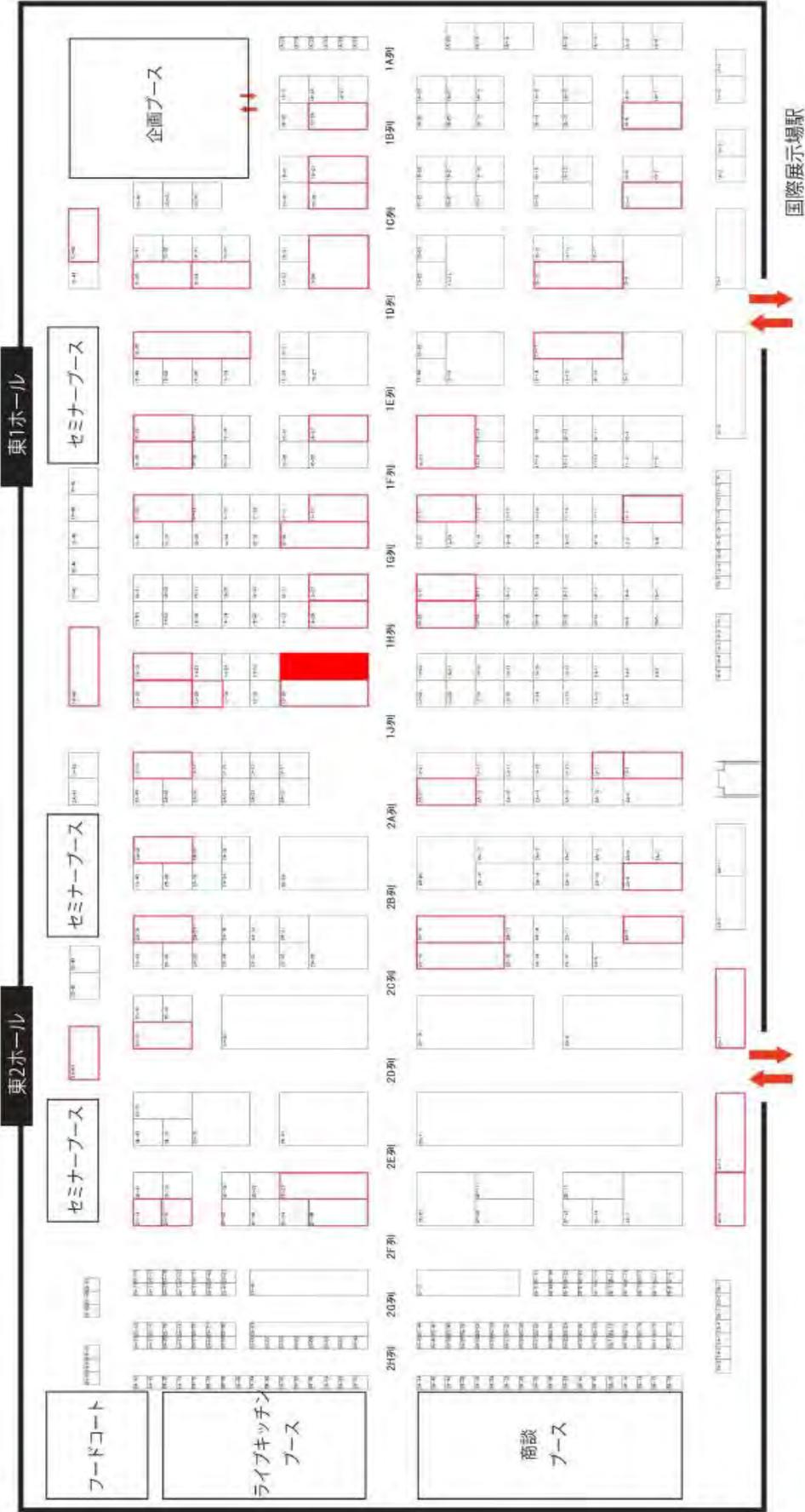
\* アンケート協力者には、オリジナルラベルのミネラルウォーターを配布。

会場レイアウト図(予定)

会期: 2022年9月28日(水)・29日(木)  
会場: 東京ビッグサイト 東1・2ホール

出展小間番号 : 1H-27

3小間 (9m<sup>2</sup>×3小間 : 27m<sup>2</sup>)



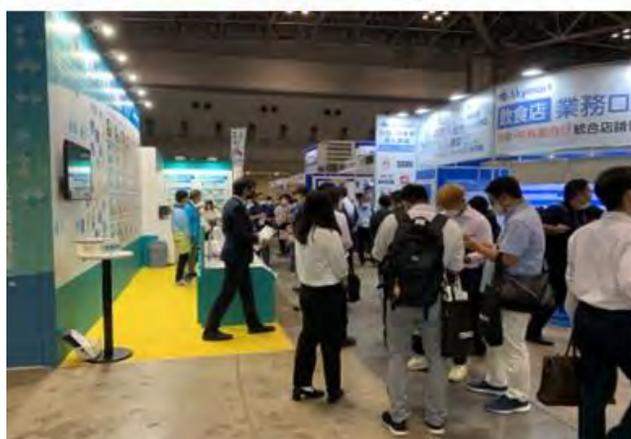
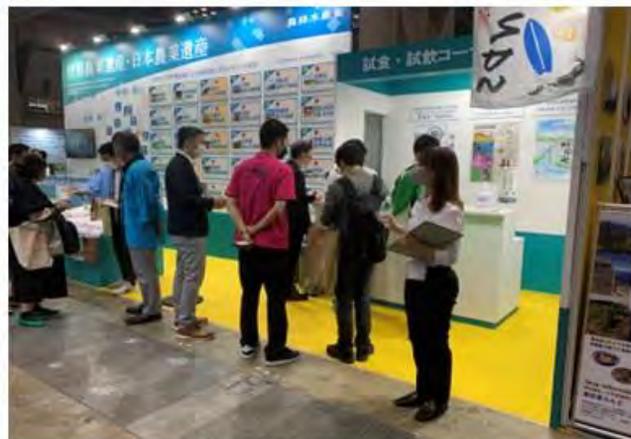
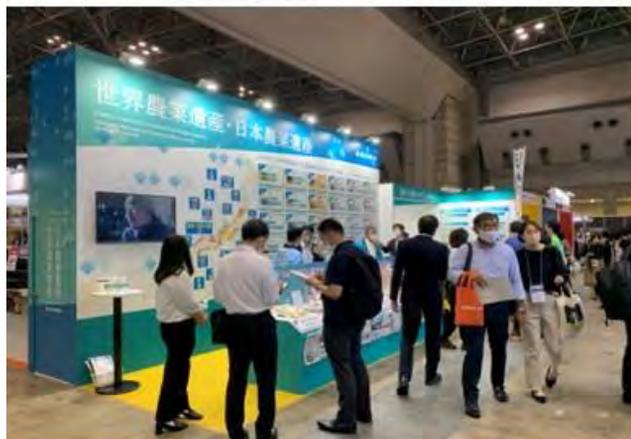
# 出展小間装飾



## 出展小間装飾 (出展地域展示)



# 展示会開催中の様子



## 農業遺産に関するアンケートのお願い

農林水産省

## 1. お客様の情報について記入をお願いいたします（\*必須）。

※本アンケートは、農業遺産に関する施策展開や、農業遺産地域の魅力向上のための活用を目的とするものです。

※ご記入いただいた個人情報、上記の利用目的のみに利用し、第三者に提供することはありません。

※ご連絡先を記入いただいた場合は、本日の出展地域関係者より連絡をさせていただく場合がありますので、ご了承ください。

事業者名						
氏名				連絡先		
性別*	男性	女性	無回答			
年齢*	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
業態* (複数回答可)	外食事業者	中食事業者	小売業者	ネット通販	食品商社	メーカー
販売地域*	全国	特定地域 ( )	採用決定権*		ある	ない

## 2. 本日の「FOOD STYLE」への参加目的を教えてください（複数回答可）。

- 情報収集                       掘り出し品の開拓                       取引先の開拓  
 取引先への挨拶                       その他 ( )

## 3. あなたは「農業遺産(世界農業遺産・日本農業遺産)」について知っていましたか。

- 知っていた                       言葉だけは知っていた                       知らなかった

## 4. 農業遺産の展示をご覧いただいて農業遺産に興味関心がわきましたか。

- 興味・関心がわいた                       あまり興味・関心がわかない

※4で「あまり興味・関心がわかない」とご回答いただいた方へ  
その理由はなぜですか？（複数回答可）

- 農業遺産に魅力を感じない                       身近に農業遺産がない  
 PRやブランディングに使いがら                       説明が難しく情報が入ってこない  
 その他 ( )

## 5. 「農業遺産」に認定された地域の製品を取り扱いたいと思いますか？

- ぜひ取り扱いたい                       機会があれば取り扱いたい  
 検討したい                       取り扱いたいとは思わない

※5で選択肢を選んだ理由をご記入ください。

## 6. 日頃、日本の産品をどのように開拓していますか。（複数回答可）

- 口コミ                       インターネット検索                       テレビ・ラジオ  
 新聞・雑誌                       イベント・展示会                       取引先企業からの紹介  
 事業者からの営業                       Facebook                       インスタグラム  
 YouTube                       LINE                       TikTok  
 Twitter                       その他 ( )

※裏面にも質問がありますのでご協力お願いします。

## 7. (会社として) 取扱い商品を決める際の最大のポイントは何ですか。(いずれか1つを選択)

- |                                      |                                |                                       |
|--------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 価格          | <input type="checkbox"/> 味     | <input type="checkbox"/> パッケージ        |
| <input type="checkbox"/> 商品のブランド価値   | <input type="checkbox"/> 認知度   | <input type="checkbox"/> 消費者ニーズ       |
| <input type="checkbox"/> 流通のしやすさ     | <input type="checkbox"/> 安全・安心 | <input type="checkbox"/> 環境配慮(有機・減農薬) |
| <input type="checkbox"/> 品質管理(HACCP) | <input type="checkbox"/> SDGs  | <input type="checkbox"/> 地域貢献         |
| <input type="checkbox"/> その他( )      |                                |                                       |

## 8. (あなた個人が感じる) 農業遺産地域の商品について魅力的な点を教えてください。(複数回答可)

- |                                    |                                       |   |
|------------------------------------|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 価格        | <input type="checkbox"/> 味            | <input type="checkbox"/> パッケージ                |
| <input type="checkbox"/> 商品のブランド価値 | <input type="checkbox"/> 消費者ニーズ       | <input type="checkbox"/> 流通のしやすさ              |
| <input type="checkbox"/> 安全・安心     | <input type="checkbox"/> 環境配慮(有機・減農薬) | <input type="checkbox"/> 品質管理(HACCP)          |
| <input type="checkbox"/> SDGs      | <input type="checkbox"/> 地域貢献         | <input type="checkbox"/> イメージ(やさしい・伝統・田舎暮らし等) |
| <input type="checkbox"/> その他( )    |                                       |   |

## 9. 農業遺産地域の産品を販売する場合に想定される販路を教えてください。(複数回答可)

- |                                    |   |                                    |
|------------------------------------|---|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 自社店舗      | <input type="checkbox"/> 通販(テレビ・動画広告)       | <input type="checkbox"/> 通販(新聞・雑誌) |
| <input type="checkbox"/> ECサイト(自社) | <input type="checkbox"/> ECサイト(ショッピングサイト: ) |                                    |
| <input type="checkbox"/> その他( )    |   |                                    |

## 10. 食品を通して農業遺産の認知度を向上するにはどの業態へのアプローチが有効だと思いますか。(複数回答可)

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 外食産業(ホテル・飲食店等)  | <input type="checkbox"/> 中食業者(惣菜や給食等) |
| <input type="checkbox"/> 小売業者(スーパーや百貨店等) | <input type="checkbox"/> ECサイト・ネット通販  |
| <input type="checkbox"/> 食品商社・問屋・卸       | <input type="checkbox"/> メーカー         |
| <input type="checkbox"/> その他( )          |                                       |

## 11. 今回展示した農業遺産地域の産品で取引したいと思ったものはありますか。(複数回答可)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 山形県:乱花         | <input type="checkbox"/> 宮城県:一ノ蔵(酒)    |
| <input type="checkbox"/> 新潟県:朱鷺と暮らす郷(米) | <input type="checkbox"/> 岐阜県:清流の国(酒)   |
| <input type="checkbox"/> 和歌山県:粉山椒       | <input type="checkbox"/> 滋賀県:魚のゆりかご水田米 |
| <input type="checkbox"/> 島根県:出雲國仁多米     |  |

## 12. その他、ご意見・ご要望がありましたら、お聞かせください。

# アンケート集計

出展ブースへの来場者を対象に、消費者や市場のニーズを把握するためのアンケート調査を実施。  
アンケート協力者には、オリジナルラベルのミネラルウォーターを配布した。

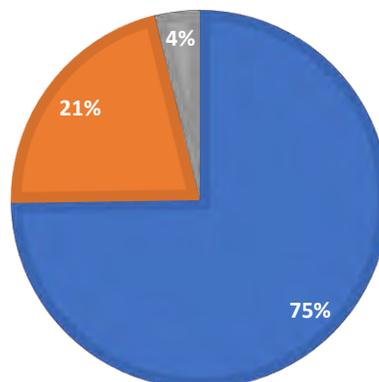
9月28日（水）【曇り】	9月29日（木）【曇り一時雨】	合計
163人	150人	313人

## 1. 属性

### 【性別】

男性	234人
女性	67人
無回答	12人

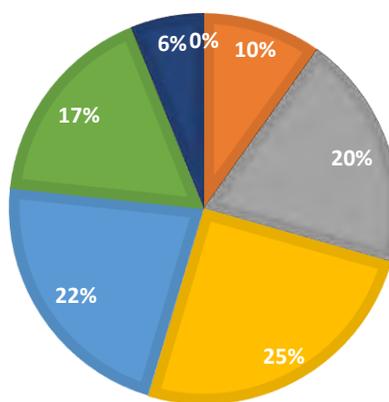
■ 男性 ■ 女性 ■ 無回答



### 【年齢】

10代	0人
20代	31人
30代	61人
40代	79人
50代	69人
60代以上	54人
無回答	19人

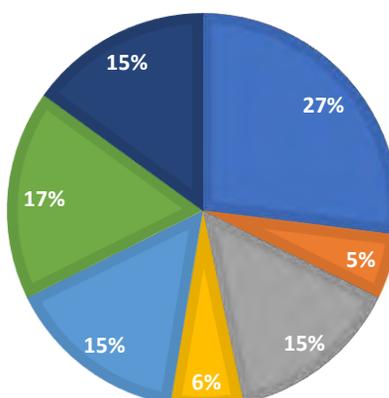
■ 10代 ■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代以上 ■ 無回答



### 【業態（複数回答可）】

外食事業者	86人
中食事業者	17人
小売業者	46人
ネット通販	19人
食品商社	48人
メーカー	55人
その他/無回答	48人

■ 外食事業者 ■ 中食事業者 ■ 小売業者 ■ ネット通販  
■ 食品商社 ■ メーカー ■ その他/無回答



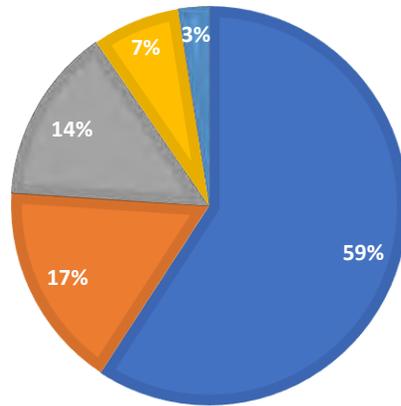
## 2. 本日の「FOOD STYLE」への参加目的を教えてください（複数回答可）。

### 【参加目的（複数回答可）】

情報収集	257
掘り出し品開拓	73
取引先開拓	62
取引先への挨拶	31
その他	11

展示会の参加目的としては、情報収集が最も多く、次いで掘り出し品の開拓、取引先開拓を目的として来場している。  
その他の目的としては「勉強のため」「営業」との回答であった。

■ 情報収集 ■ 掘り出し品開拓 ■ 取引先開拓 ■ 取引先への挨拶 ■ その他



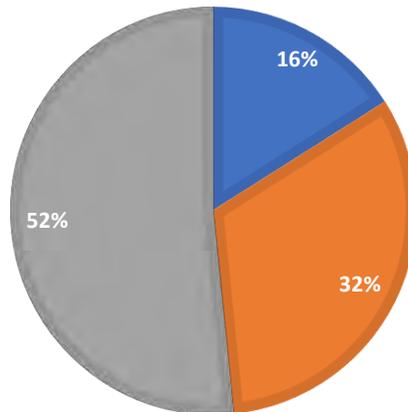
## 3. あなたは「農業遺産(世界農業遺産・日本農業遺産)」について知っていましたか。

### 【農業遺産について】

知っていた	50
言葉だけは知っていた	101
知らなかった	161

農業遺産についてはまだまだ認知度は低く、「知らなかった」「言葉だけは知っていた」と答えた方が、8割以上を占める結果であった。

■ 知っていた ■ 言葉だけは知っていた ■ 知らなかった



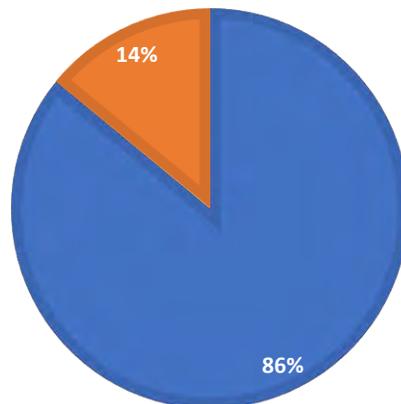
## 4-1. 農業遺産の展示をご覧いただいて農業遺産に興味関心がわきましたか。

### 【展示をご覧いただいて】

興味・関心がわいた	263
あまり興味・関心がわかない	43

展示を通じて8割以上の人に農業遺産について興味・関心を持っていただくことができた。

■ 興味・関心がわいた ■ あまり興味・関心がわかない

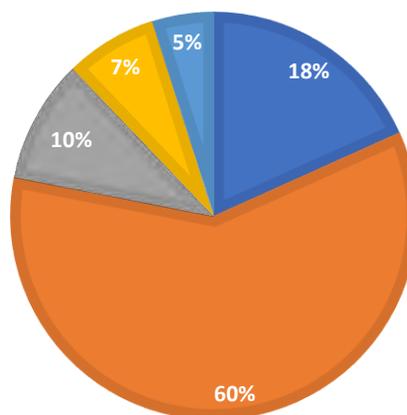


## 4-2. 4-1で「あまり興味・関心がわからない」とご回答いただいた方へ その理由はなぜですか？ (複数回答可)

- 農業遺産に魅力を感じない
- 身近に農業遺産がない
- PRやブランディングに使いづらい
- 説明が難しく情報が入ってこない
- その他

【興味・関心がわからない理由（複数回答可）】

農業遺産に魅力を感じない	15
身近に農業遺産がない	49
PRやブランディングに使いづらい	8
説明が難しく情報が入ってこない	6
その他	4



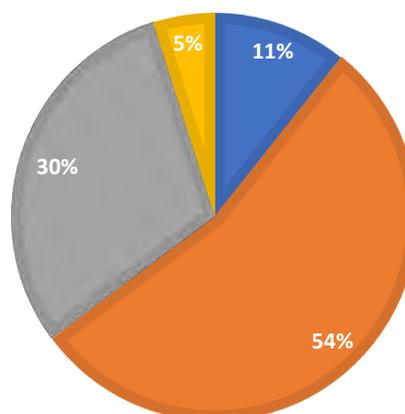
身近に農業遺産なく、そのイメージがわからないことで、興味・関心へと繋がっていないことが考えられる。

## 5-1. 「農業遺産」に認定された地域の産品を取り扱いたいと思いますか？

- 是非取り扱いたい
- 機会があれば取り扱いたい
- 検討したい
- 取り扱いたいとは思わない

【地域の産品の取扱いについて】

是非取り扱いたい	33
機会があれば取り扱いたい	166
検討したい	93
取り扱いたいとは思わない	15



9割以上の方に、「農業遺産」に認定された地域の産品に関心を持っていただけたと考えられる。

## 5-2. 5-1で選択肢を選んだ理由をご記入ください。

### 【自由記述】

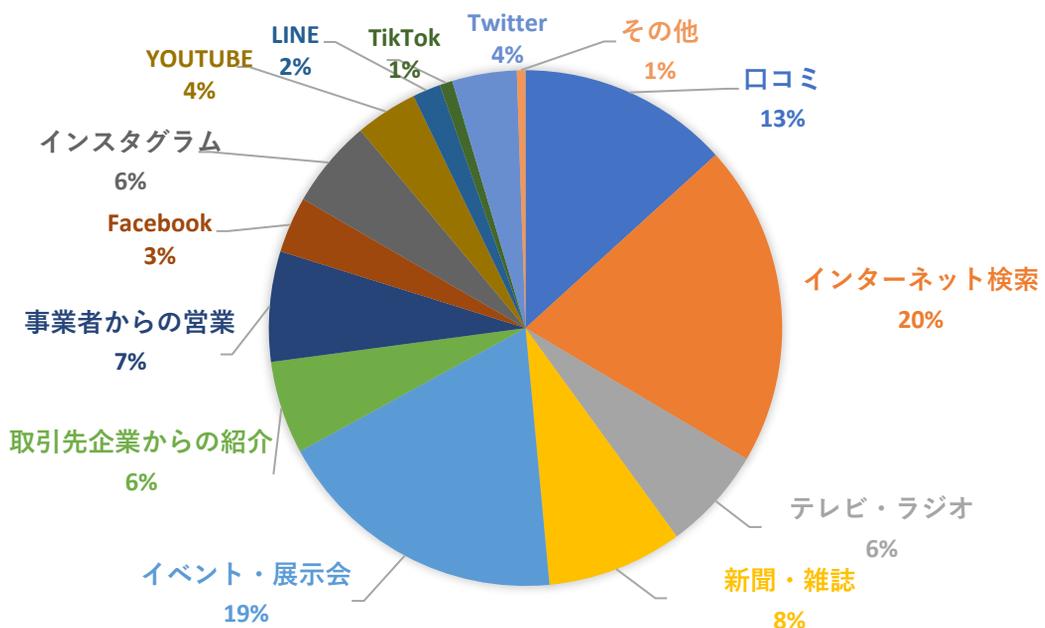
- ✓ 日本の農業の活性化のため
- ✓ 農業文化を残したい・拡げたい
- ✓ 伝統文化の継承
- ✓ 農業遺産の応援になれば
- ✓ 日本の農業支援に寄与できると思うから
- ✓ 国産材料をなるべく使用したい
- ✓ 日本産を活かしたい
- ✓ 地域の魅力発信に繋がるから
- ✓ 後世に残したい
- ✓ 国内の貴重な食材に目を向けることが大切だと思う
- ✓ いいものを拡げる
- ✓ 地産地消に関心があるから
- ✓ 産地の良さが保証されているから
- ✓ 他にない差別化を図ることができるから使ってみたい
- ✓ SDGs達成を目標にしている企業であるため
- ✓ 地域に根付いた商品展開をしたい
- ✓ 今、注目されているから
- ✓ 学生たちに食材の背景を学んでほしいから
- ✓ 店舗オーナーの出身地であれば提案する
- ✓ 自社で取り扱っているの、更に幅を持たせられれば
- ✓ 円安による安心感
- ✓ 認定されているから
- ✓ 商品の良さを提案しやすい
- ✓ ターゲティングの商品と合えば取り扱いたい
- ✓ 付加価値のある商品は印象がいいから
- ✓ 良いものがあれば使いたい
- ✓ PR商材として活用したい
- ✓ 今後のトレンドを取り入れるため
- ✓ 色々と店に導入したいし紹介したい
- ✓ お客様にも紹介しやすく目を引くため
- ✓ 詳しい情報を確認してから検討したい

## 6. 日頃、日本の産品をどのように開拓していますか。（複数回答可）

### 【日本産の産品の開拓について】

口コミ	98
インターネット検索	149
テレビ・ラジオ	48
新聞・雑誌	63
イベント・展示会	137
取引先企業からの紹介	43
事業者からの営業	51

Facebook	26
Instagram	41
YOUTUBE	29
LINE	13
TikTok	6
Twitter	30
その他	4

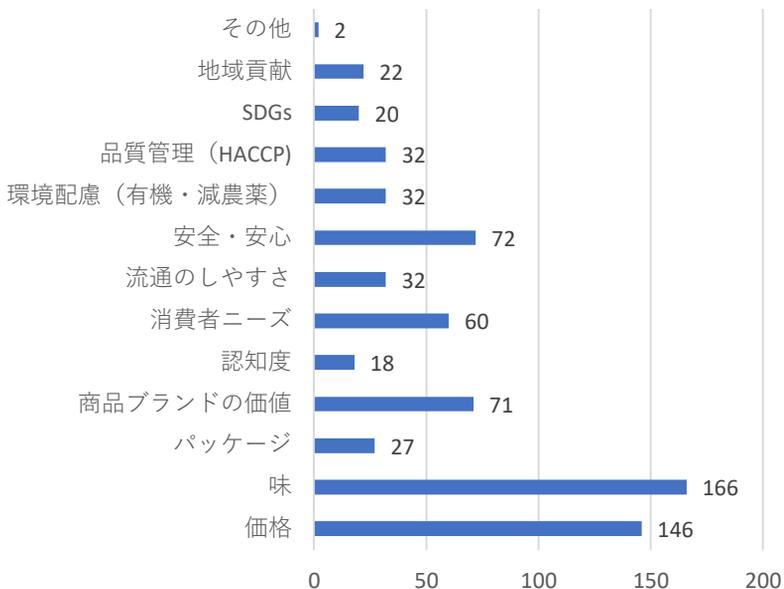


産品の開拓手段としては、インターネット検索が一番多く、次いで、イベント・展示会となっており、展示会における情報発信も重要な機会であることが伺える。

## 7. (会社として) 取扱い商品を決める際の最大のポイントは何ですか。(いずれか1つを選択)

### 【取扱商品を決めるポイント】

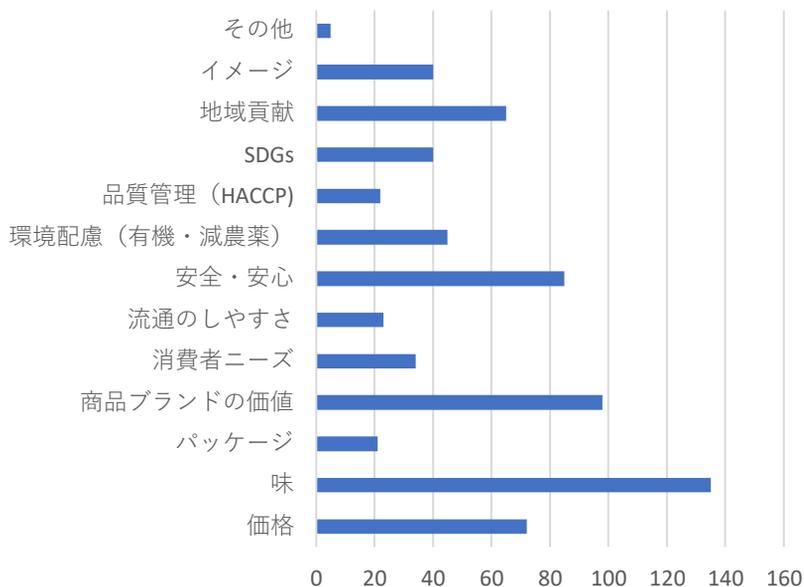
価格	146
味	166
パッケージ	27
商品ブランドの価値	71
認知度	18
消費者ニーズ	60
流通のしやすさ	32
安全・安心	72
環境配慮(有機・減農薬)	32
品質管理(HACCP)	32
SDGs	20
地域貢献	22
その他	2



## 8. (あなた個人が感じる) 農業遺産地域の商品について魅力的な点を教えてください。(複数回答可)

### 【農業遺産地域の商品の魅力について】

価格	72
味	135
パッケージ	21
商品ブランドの価値	98
消費者ニーズ	34
流通のしやすさ	23
安全・安心	85
環境配慮(有機・減農薬)	45
品質管理(HACCP)	22
SDGs	40
地域貢献	65
イメージ	40
その他	5

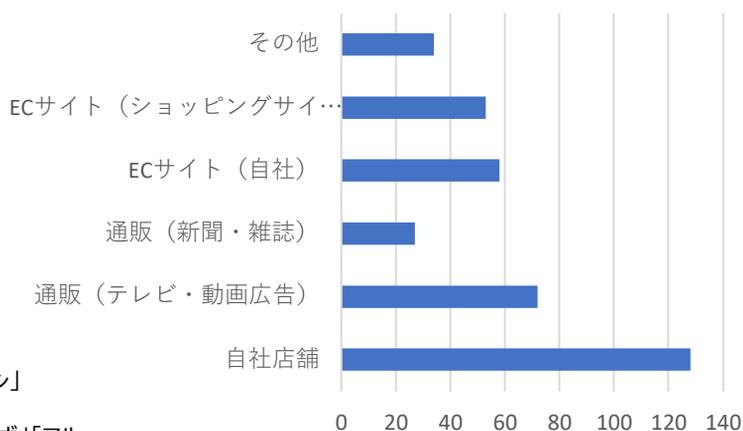


## 9. 農業遺産地域の産品を販売する場合に想定される販路を教えてください。（複数回答可）

### 【想定される販路について】

自社店舗	128
通販（テレビ・動画広告）	72
通販（新聞・雑誌）	27
ECサイト（自社）	58
ECサイト（ショッピングサイト）	53
その他	34

ECサイト（ショッピングサイト）では、「アマゾン」「Yahoo」「楽天」等が挙げられていた。またその他では、「メーカーとのキャンペーンコラボ」「マルシェ・イベントの開催」「生協関係」「量販店での販売」「貿易対象品」等の記述があった。

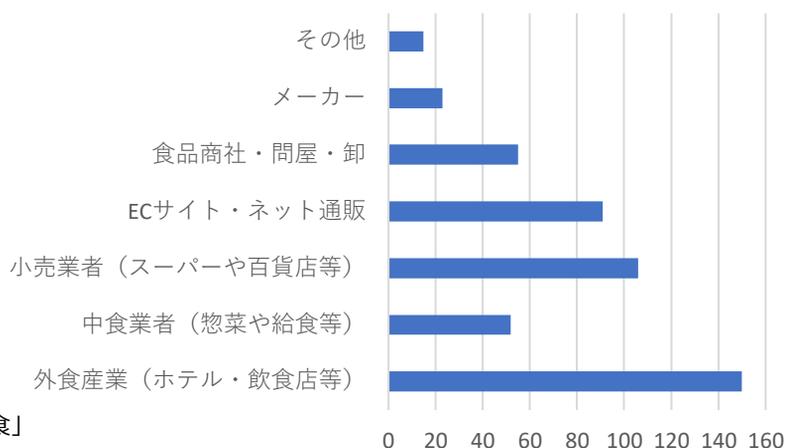


## 10. 食品を通して農業遺産の認知度を向上するにはどの業態へのアプローチが有効だと思いますか。（複数回答可）

### 【認知度向上のためのアプローチ】

外食産業（ホテル・飲食店等）	150
中食業者（惣菜や給食等）	52
小売業者（スーパーや百貨店等）	106
ECサイト・ネット通販	91
食品商社・問屋・卸	55
メーカー	23
その他	15

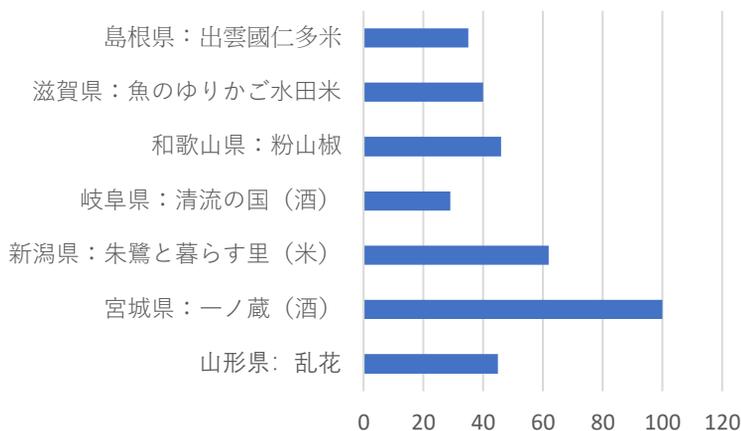
その他の項目では、「旅行者」「学校給食」「展示会」「SNS」等の記述があった。



## 11. 今回展示した農業遺産地域の産品で取引したいと思ったものはありますか。（複数回答可）

### 【取引してみたい産品】

山形県：乱花	45
宮城県：一ノ蔵（酒）	100
新潟県：朱鷺と暮らす里（米）	62
岐阜県：清流の国（酒）	29
和歌山県：粉山椒	46
滋賀県：魚のゆりかご水田米	40
島根県：出雲國仁多米	35



## 12. その他、ご意見・ご要望がありましたら、お聞かせください。

### 【自由記述】

- ✓ 今後、日本の活性化のために農業遺産を活用することは大事
- ✓ この取組を継続してほしい
- ✓ 大切さが身に染みる
- ✓ SDGs関連のコンサルタント・サポート

## 議事次第

令和4年度農山漁村振興交付金（地域活性化対策）：農山漁村情報発信事業

農業遺産等の情報発信（食品等のマーケティング及び SNS での発信）  
農業遺産認定地域の食品の販売促進における情報発信に関する研修会

## 第2回

## 議事次第

日 時：令和4年11月2日（水）13:00～15:00

開催方法：オンライン（Zoom）

- |    |  |             |
|----|--|-------------|
| 1. | 開会挨拶<br>株式会社食農夢創 代表取締役 仲野真人  | 13:00～13:05 |
| 2. | FOOD STYLE JAPAN 2022 出展報告<br>株式会社食農夢創 代表取締役 仲野真人  | 13:05～13:45 |
| 3. | 出展者座談会<br>(宮城県大崎地域)<br>大崎地域世界農業遺産推進協議会 高瀬 和寛氏<br>(和歌山県高野・花園・清水地域)<br>高野町役場 観光振興課 課長 茶原 敏輝氏<br>株式会社全笑 平野清椒庵 店長 植木 教記氏<br>(滋賀県琵琶湖地域)<br>滋賀県農政水産部  미래の農業振興課 副主幹 関 慎介氏 | 13:45～14:15 |
| 4. | 農業遺産認定地域および食品事業者を交えた意見交換会<br>(テーマ：農業遺産の情報発信に向けて)   | 14:15～14:58 |
| 5. | 閉会挨拶<br>農林水産省農村振興局農村政策部鳥獣対策・農村環境課<br>農村環境対策室長 寺島 友子  | 14:58～15:00 |

## 農業遺産認定地域の食品および情報発信に関する 第2回研修会アンケート（11月2日開催分）

本日の研修会へのご参加ありがとうございました。  
今後の参考にさせていただきたく是非アンケートへご回答いただけますと幸いです。  
何卒よろしくお願ひ申し上げます。

①研修会全体の満足度についてお聞かせください。

- 大変満足
- 満足
- 普通
- 不満

②仲野講師による「FOOD STYLE JAPAN 2022 出展報告」は参考になりましたか。

- とても参考になった
- 参考になった
- 普通
- あまり参考にならなかった

②で参考になった、印象に残った点、改善点等についてご記入ください。

記述式テキスト（長文回答）  
.....

③「FOOD STYLE JAPAN 2022」に出展した地域の座談会は参考になりましたか。

- とても参考になった
- 参考になった
- 普通
- あまり参考にならなかった

③で参考になった、印象に残った点、改善点等についてご記入ください。

記述式テキスト（長文回答）

④農業遺産認定地域及び食品事業者を交えた意見交換会は参考になりましたか。

- とても参考になった
- 参考になった
- 普通
- あまり参考にならなかった

④で参考になった、印象に残った点、改善点等についてご記入ください。

記述式テキスト（長文回答）

⑤来年度以降、農林水産省が本事業で「FOOD STYLE JAPAN 2022」のようなイベントに出展するのであれば参加したいと思いますか。

- 参加したい
- 検討したい
- あまり参加したくない

⑥今後、農林水産省が本事業で参加募集するイベントについて特にどのジャンルのものに参加したいと思いますか。（複数回答可）

- 食品関連（FOOD STYLE等）
- 教育関連（教育ITソリューションEXPO等）
- 環境関連（エコプロ等）
- 観光関連（ツーリズムEXPO等）
- その他

⑥で「その他」に回答した方で具体的なイベントがあればご記入ください。

記述式テキスト（長文回答）

.....

⑦本日の研修に参加した感想をお聞かせください。（特に参考になった点・改善すべき点など）

記述式テキスト（長文回答）

.....

⑧農業遺産の情報発信に向けて今後どのような研修であれば参加したいと思いますか。特に聞きたい内容や、農業遺産地域全体でやってみたい意見交換やワークショップ等ありましたらお書きください。

記述式テキスト（長文回答）

.....

⑨その他、ご意見・ご要望があればお聞かせください。

記述式テキスト（長文回答）

.....

参加団体名（行政名・事業者名）

記述式テキスト（短文回答）

部署（所属）

記述式テキスト（短文回答）

役職

記述式テキスト（短文回答）

名前

記述式テキスト（短文回答）

下記「個人情報の取り扱いに関する同意書」を読み、同意の可否をお答えください。

◆個人情報の取扱いに関する同意書

1. 個人情報の利用目的

今回取得させていただいた「個人情報」の利用目的は、以下の通りです。

- (1) 農業生産調整区域の食品及び観光の情報発信に関する研究会及び商談会の開催を目的のため
- (2) 農業生産調整区域の食品及び観光の情報発信に関する研究会及び商談会の開催のため
- (3) その他、本研究会の本研修会及び商談会の概要のご案内および問合せを適切かつ円滑に行うため

2. 個人情報の提供

今回取得させていただいた「個人情報」は第三者へ提供することはありません。

3. 個人情報の外部開示

今回取得させていただいた「個人情報」は、当社が経営している協力会社に、当社の責任です、委託させていただいたことになります。

4. 個人情報の訂正について

今回取得させていただいた「個人情報」は任意となりますが、ご提供の間違いの場合、

本研究会及び商談会に参画できない場合がございます。

5. 個人情報に関する利用目的の通知・開示・訂正・削除・利用停止について

今回取得させていただいた「個人情報」に関して利用目的の通知や開示を行うことができます。

また万一登録内容が不正確または誤りであることが判明した場合には、当社は速やかに訂正または削除に応じてさせていただきます。

当社の当該情報を利用・提供している場合であっても、申込者から中止の申し出があった場合は、

その以降当社での利用（他者への提供等）中止する措置をとります。

ご自身の個人情報の利用目的の通知・開示・訂正・削除の申出等や、利用・提供中止の申出等に関しては、以下にご連絡ください。

株式会社アールと東京スタイル

個人情報保護管理室

電話番号: 03-5411-0225

メールアドレス: [privacy@aruricorp.jp](mailto:privacy@aruricorp.jp)

6. 当社の個人情報保護管理室

当社の個人情報保護管理室は、以下のとおりです。

氏名: 佐藤敦所

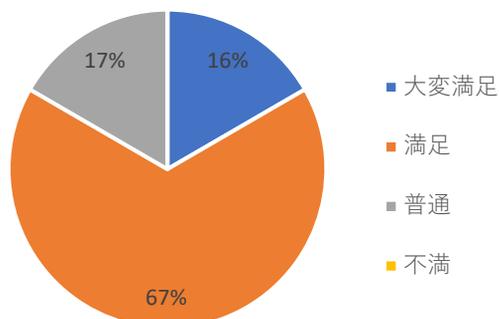
職名: 常務取締役

はい

いいえいいえ

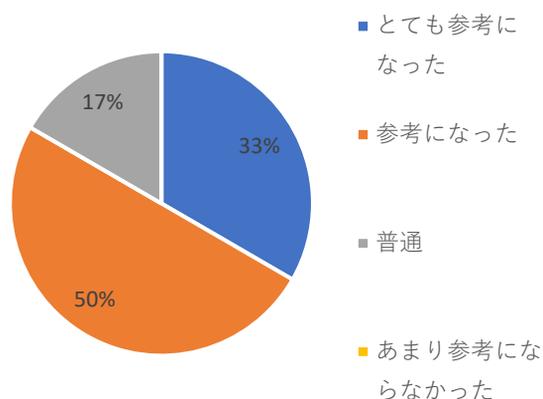
## 1. 研修会全体の満足度について

大変満足	2
満足	8
普通	2
不満	0
合計	12



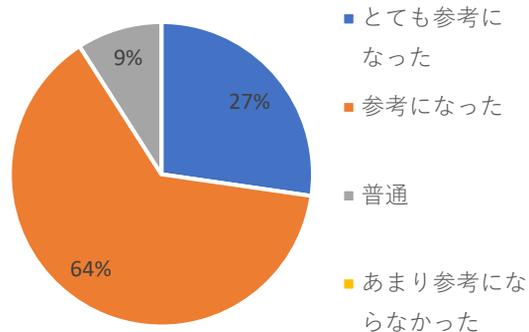
## 2. 「FOOD STYLE JAPAN 2022 出展報告」

とても参考になった	4
参考になった	6
普通	2
あまり参考にならなかった	0
合計	12



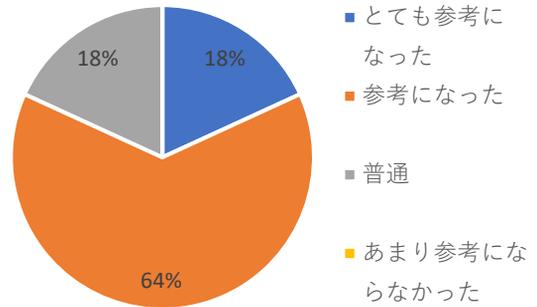
## 3. 「FOOD STYLE JAPAN 2022」に出展した地域の座談会

とても参考になった	3
参考になった	7
普通	1
あまり参考にならなかった	0
合計	11



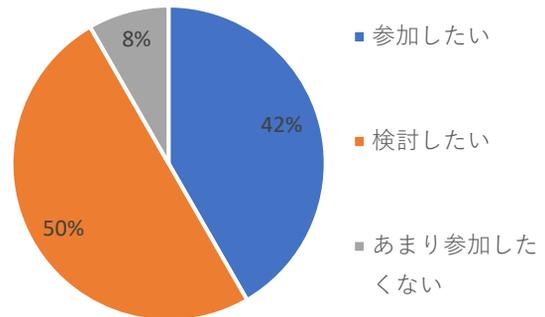
4. 農業遺産認定地域及び食品事業者を交えた意見交換会

とても参考になった	2
参考になった	7
普通	2
あまり参考にならなかった	0
合計	11



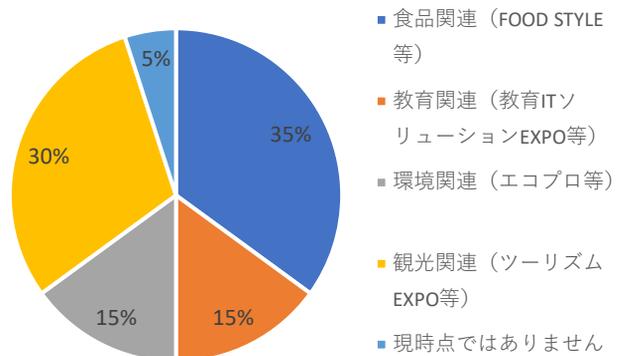
5. 来年度以降、農林水産省が本事業で「FOOD STYLE JAPAN 2022」のようなイベントに出展するのであれば参加したいと思いますか。

参加したい	5
検討したい	6
あまり参加したくない	1
合計	12



6. 今後、農林水産省が本事業で参加募集するイベントについて特にどのジャンルのものに参加したいと思いますか。(複数回答可)

食品関連(FOOD STYLE等)	7
教育関連(教育ITソリューションEXPO等)	3
環境関連(エコプロ等)	3
観光関連(ツーリズムEXPO等)	6
現時点ではありません	1
合計	20



### 2. 「FOOD STYLE JAPAN 2022 出展報告」で参考になった、印象に残った点について

- ・わかりやすく、参加者の意見も伺えたことがよかった。
- ・農業遺産の知名度がまだまだであること。
- ・アンケート結果についての報告は、農業遺産産品に興味を示す業態を把握する参考となりました。
- ・農業遺産の知名度は低いものの、多くの人が興味を持ってくれたということ。今後も認知向上のための取組を行っていきたい。
- ・バイヤーの方の農業遺産の認知度や考えについて、アンケートを通じてわかった。
- ・アンケート結果の中で、販路の開拓方法、開拓先の結果について参考になった。
- ・農業遺産への興味が高い人が多かったので今後も認知度向上に努めていこうと思いました。
- ・成約や取引拡大にはどのようなことをすれば良いかについて研修したかった。
- ・会場の雰囲気、来場者の様子を把握することができた。

### 3. 「FOOD STYLE JAPAN 2022」に出展した地域の座談会で参考になった、印象に残った点について

- ・特産品のストーリーが大事であること。
- ・他地域が、来場者からどのような声を受けていたのか聞いた点は参考になりました。
- ・商品のよさだけでなく、ストーリーも含めて紹介していくことが大切だとわかった。
- ・出展をしたからわかること、農業遺産の認知度の低さなどが聞いた。
- ・お米や日本酒などは農業遺産のブランドよりも名産地であるかが重要であったように感じたので農業遺産の認知度を上げていってブランド力向上に期待したいです。
- ・農業遺産の説明に時間が必要であること。
- ・実際のやりとりなどの紹介は参考となる。

### 4. 農業遺産認定地域及び食品事業者を交えた意見交換会で参考になった、印象に残った点について

- ・皆さんPRに苦勞しておられること。
- ・他地域との意見交換を通じて、まずは農業遺産全体としてのPRを連携しながら取り組んでいくことが重要であるという事を共有できた点は良かったと思います。
- ・各地域が取り組んでいること(周辺地域との共同マルシェ、大学との連携、スーパーへでのブース設置など)聞いて良かった。
- ・私たちのグループでは農業遺産認定による満足度が平均66%とまずまずな数字でしたのでよりメリットを感じられるような形態になっていくとうれしいです。
- ・農業遺産に認定された他地域の雰囲気がわかって良かった。自分の地域と比較できた。
- ・他県の事例を知るよい機会であった

### 7. 本日の研修に参加した感想をお聞かせください。（特に参考になった点・改善すべき点など）

- ・グループごとのセッションについては、少し時間が足りなかったような気がする。
- ・もっと他地域との連携を積極的に進めるべきであること。
- ・展示会への出店および本日の研修を通じて、農業遺産認定後の情報発信の重要性を改めて認識できた点は、非常に良かったです。
- ・“FOOD STYLE JAPAN 2022に参加された地域の体験をお聞きできてよかった。今後の当協議会内での出展等の検討にも有用だと思う。座談会、意見交換会の時間が短かく感じた。機器トラブルあり申し訳なかった。”
- ・来場者のアンケート結果を活かしていきたいです。
- ・各地域の取組の一端を知る機会として、情報交換ができてよかった。マーケティング、ブランディングについて各地域にあったやり方で進めることが望まれ、生産と販売両面の取組が課題と感じる。
- ・意見交換会のなかで行政の方全員が農業遺産地域全体でのイベントに前向きだったので今後も企画していただけたとうれしいです。
- ・他地域と話をする機会は貴重です。設定いただいております。
- ・各地域が抱える課題はやはり似たようなものが多く、今後農業遺産の認知度向上のためには横の連携を更に強化して進めていく必要を感じた。
- ・参考となる取り組み事例などをご紹介いただきありがとうございました。

### 8. 農業遺産の情報発信に向けて今後どのような研修であれば参加したいと思いますか。特に聞きたい内容や、農業遺産地域全体でやりたい意見交換やワークショップ等ありましたらお書きください。

- ・ブランド化、PR強化、発信力に関する研修。
- ・展示会だけではないかもしれませんが、他地域と一緒に取り組める情報発信、PRの機会があればと思います。
- ・農業遺産の認知度向上（情報発信などの取り組みについて）
- ・農産物の認証制度のあり方、実施している成功事例と現状と課題について、今後の参考にしたい。
- ・“うまくいっている保全活動の事例。農業遺産の認定基準をしっかりと満たしながら、充実させながら地域が発展させる・には、様々な工夫があると思います。”
- ・農業遺産の各地域の商品が購入できるECサイトができれば面白いなと感じた。

### 10.その他、ご意見・ご要望があればお聞かせください。

- ・FOOD STYLE JAPAN 2022への出展は負担金方式でもいいので、東京だけでなく全国展開してほしい。  
また、リアルな商品に限らず、鰯の模型など地域PRに資するものであれば可能としていただきたい。
- ・良い機会をいただきありがとうございました。
- ・ECサイトによる農業遺産地域商品の販売はいい意見だと思いました。
- ・農業遺産に精通している方から見て、模範にすべき取り組みを複数の地域が真似することが農業遺産の認知向上やブランド化に繋がると思います。

#### 4. 本事業の効果測定および今後の方向性について

本事業の実施当初の目標および効果測定方法は以下の通り。

##### 1 目指す将来像を踏まえた目標

本事業の目標は、以下の3点であった。

- 1 **農業遺産および世界かんがい施設遺産の魅力を幅広く発信することにより、遺産のある地域の景観や文化、風土、特産品も含めた地域全体の魅力に注目が集まり、農業遺産および世界かんがい施設遺産が脚光を浴びる。**
- 2 **本事業を通して農業遺産および世界かんがい施設遺産の魅力を発信することによって、両遺産のある地域のみならず、多くの課題を抱えている地域にとっても課題解決のための参考となる。**
- 3 **本事業を通して農業遺産および世界かんがい施設遺産の魅力を発信することによって、両遺産に興味を持った消費者が実際に現地を訪問し、「着地型観光」が展開されることによって地域全体の活性化に繋がる。**

##### 2 効果測定方法

本事業の効果測定方法は、以下の3点。

- 1 **農業遺産および世界かんがい施設遺産の認知度向上**  
農業遺産認定地域が出展するイベント・販売会において実施する「来場者向けアンケート調査」を実施し、農業遺産および世界かんがい施設遺産についての認知度、興味をもったかどうかとうについてヒアリングする。  
◎測定方法：イベント・販売会における来場者へのアンケート調査
- 2 **農業遺産地域を対象にしたイベント・販売会のマッチング**  
地域ごとにイベント・販売会の結果、具体的にはどのくらい販路が開拓できたか、売上がどのくらい上がったのかをヒアリングする。  
◎測定方法：農業遺産地域の担当者へのアンケート調査
- 3 **世界かんがい施設遺産地域のSNSの情報発信の効果**  
地域ごとにSNSによる情報発信の結果、具体的には期間内に何回発信したのか、いいねの数、インプレッション数をヒアリングする。  
◎測定方法：世界かんがい施設遺産地域の担当者へのアンケート調査

## 農業遺産および世界かんがい施設遺産の認知度向上

「FOOD STYLE Japan 2022」の来場者に対してアンケートを行った結果、当初312人中151人(48.4%)のみが「農業遺産」について「知っていた」もしくは「言葉だけは知っていた」という認知であった。イベントで周知をした結果、304人中263人(86.5%)の方に興味を持ってもらうことができた。

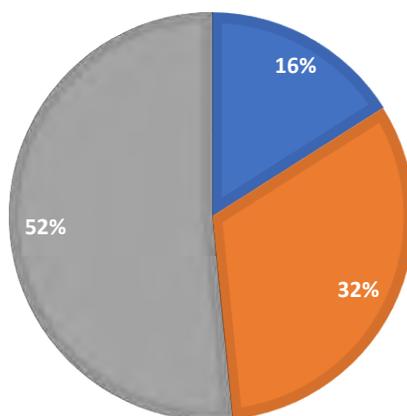
### 3. あなたは「農業遺産(世界農業遺産・日本農業遺産)」について知っていましたか。

■ 知っていた ■ 言葉だけは知っていた ■ 知らなかった

#### 【農業遺産について】

知っていた	50
言葉だけは知っていた	101
知らなかった	161

農業遺産についてはまだまだ認知度は低く、「知らなかった」「言葉だけは知っていた」と答えた方が、8割以上を占める結果であった。



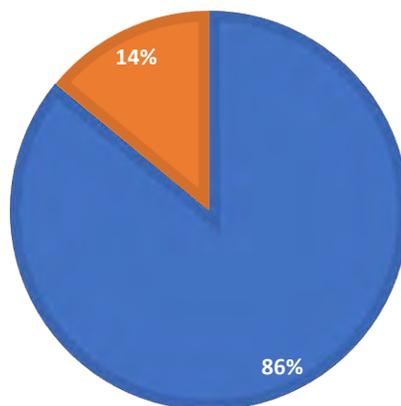
### 4-1. 農業遺産の展示をご覧いただき農業遺産に興味関心がわきましたか。

■ 興味・関心がわいた ■ あまり興味・関心がわかない

#### 【展示をご覧いただき】

興味・関心がわいた	263
あまり興味・関心がわかない	43

展示を通じて8割以上の人に農業遺産について興味・関心を持っていただくことができた。



アンケート前認知度

48.4%



イベント周知による  
関心度

86.5%

### 3 今後に向けた提言

#### 「FOOD STYLE JAPAN 2022」の具体的な相談内容

団体名	相談内容
イベント会社(2社)	自社が開催している農林漁業系の展示会に農業遺産ブースを出展して欲しい。
流通系団体(協会)	農業遺産地域限定の商談会を一緒に企画できないか。そこに当協会の会員のバイヤーを呼びたい。
ゲーム会社	子会社の外食業態でZ世代に対して格安で特産品を提供することで農業遺産のPRする企画をしたい。
オンライン物販サイト	ECモール内に農業遺産コーナーを作りたい。農業遺産地域の特産品を国内外向けに販売できないか。
外食企業	自社グループで粉山椒を使用したPRイベントや農業遺産のフェアを一緒に企画できないか。
輸出事業者	農業遺産のストーリーは海外の方が受けが良い。農業遺産地域の特産品を輸出したい。
NFT事業者	農業遺産の特産品に対してトークンを設定して偽物との識別をできるようにしてはどうか。

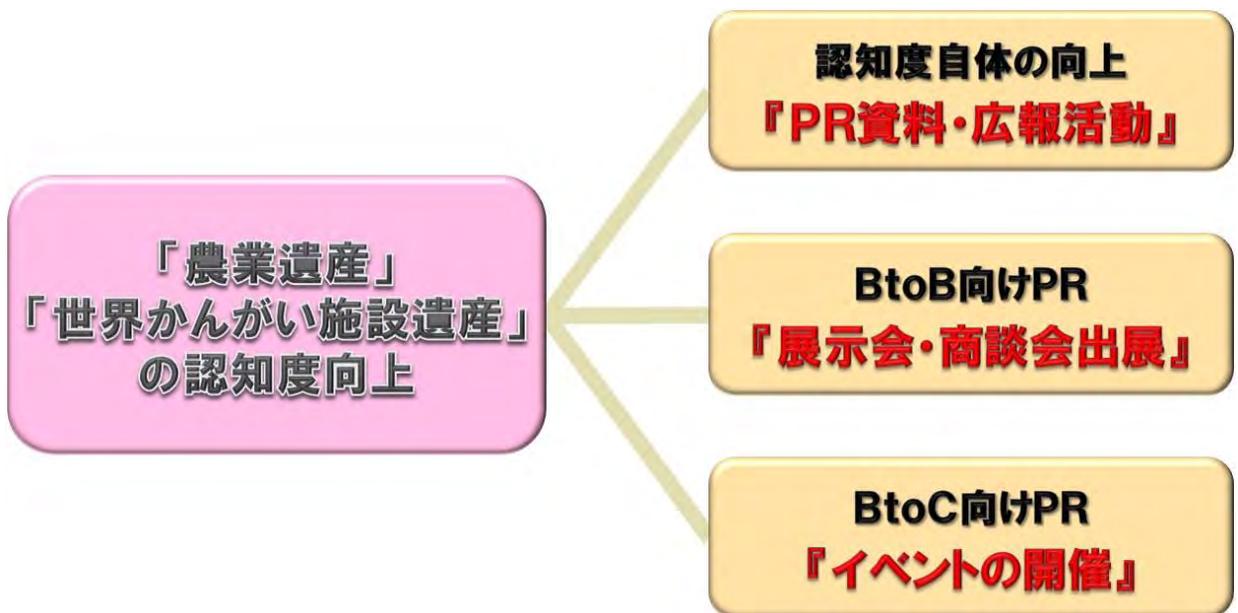
#### 「FOOD STYLE JAPAN 2022」に出展した感想

##### <農業遺産に対して>

- 農業遺産の知名度がまだまだ低い。しかし知ってもらおうと興味を持ってくれる人が多くポテンシャルを感じた。今回の展示会は認知獲得に繋がったと考えられる。
- 国際連合食糧農業機関(FAO)や農林水産省のお墨付きは非常に有効だと感じた。
- 来場者の中でも好意的な反応をした方はSDGsや地域性といった環境配慮や自分の地元との紐付けや郷土意識が強い方が多かった。SDGs等のご時世が追い風になっている。
- 食材等の入手手段として、「インターネット」について、「イベント、展示会」は情報を得る手段として活用されており、今後も展示会出展による情報発信は続けるべきである。

##### <農業遺産地域の特産品に対して>

- 興味を持ってくれる人は多いが単品ではなく「農業遺産」というブランドへの相談が多かった。
- 来場者の興味喚起を図る上で、試飲・試食を積極的に実施することも重要で、認定産品を使用した試食料理等の展開等についても今後、検討していくことが必要であると考えます。
- 各商品のパッケージに農業遺産認定を謳わないのは効果を感じられないからではないか。地域や事業者自らが農業遺産認定地域を誇りに思い、自発的に商品にも謳いたくなるような「格」が必要と感じた。
- 「農業遺産地域の特産品」というプロモーションとなると、各地域で特産品をリスト化する必要があり、各市町村地域が連携して取り組む必要がある。
- また、実際に「農業遺産地域の特産品」を取りまとめるとなると行政単位でのサポートでは限界があり、全国を跨いだ「地域商社」的な機能が必要になってくる。



#### <PR資料・広報活動>

- 農業遺産(日本農業遺産・世界農業遺産)・世界かんがい施設遺産の認知度がまだまだ低い。そのためより周知を図るべくPR資料を作成する。すでに日本農業遺産・世界農業遺産の取り組みを紹介している資料はあるが分厚く重たいため、イベント等で配布するには量を配ることが難しい。そのため、「農業遺産・世界かんがい施設遺産とは何か？」を簡易に伝えるPR資料を作成し、広報活動をしていく。

#### <展示会・商談会出展>

- 本事業のように大きな展示会で「農業遺産ブース」としての出展は初めてであったが、来場者への関心は非常に高かったと感じている。それは、食品のイベントに農林水産省がブースを出しているというインパクトもあるが、「農業遺産・世界かんがい施設遺産」の取り組み自体が、昨今のSDGsの取り組みとマッチしており、来場者の興味を惹いている。そのため、本事業のみで終わらず、食品や観光など農林漁業分野と相関性の高い展示会・商談会への出展を継続していく。

#### <イベントの開催>

- 展示会・商談会への出展はその業界関係者への周知としては非常に有効であると考えられる。しかし、「農業遺産・世界かんがい施設遺産」自体の周知を高めるためには展示会・商談会(BtoB向け)のみならず消費者(BtoC向け)のイベントも併行して開催することが望ましい。また、ただ遺産の周知を図るだけでは消費者の印象に残りづらいため、農業遺産・世界かんがい施設遺産地域の特産品を活用した料理を提供する「フェア」などを開催することによって視覚および味覚によって遺産の魅力を伝えていく。



#### <共通マーク>

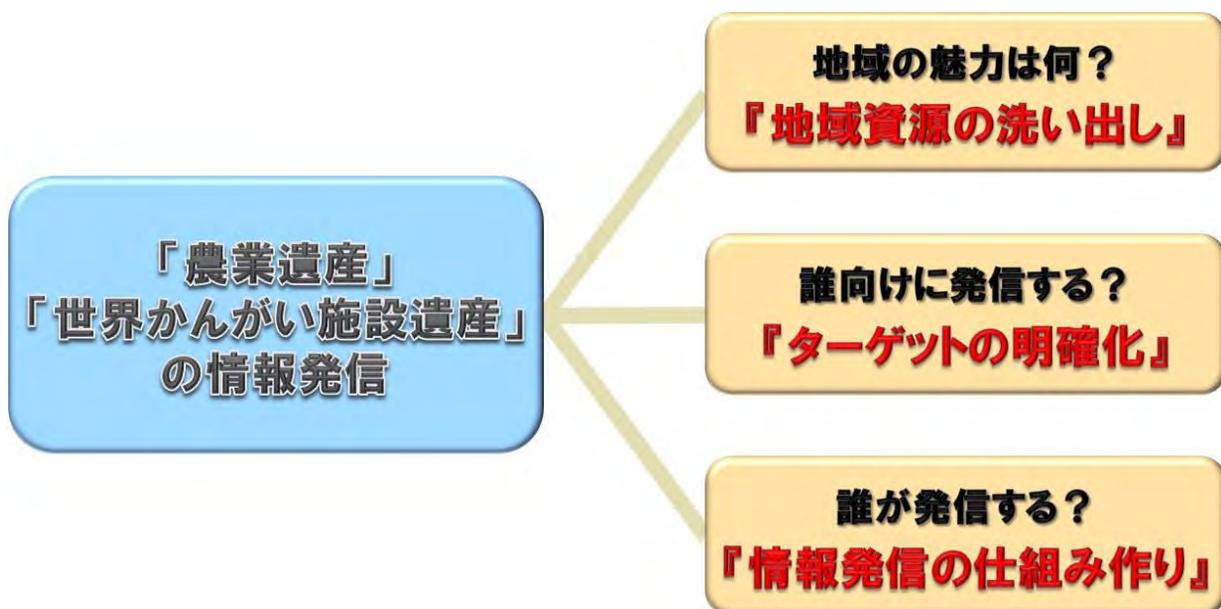
- 本事業の商談会に出展した事業者からも要望があったが、「農業遺産・世界かんがい施設遺産」に認定されたという共通のマークを作成する。現状は、各地域ごとにオリジナルマークを作成して商品に貼っているなどしているが、認知度を高め、かつブランディングしていくためには「日本農業遺産・世界農業遺産」共通のマークや「世界かんがい施設遺産」のマークを作成し、統一的なブランディングをしていく必要がある。これについては行政単位では難しいため、農林水産省が主導で行うことが望ましい。

#### <特産品のリスト化>

- 「FOOD STYLE JAPAN 2022」に出展時に来場者に要望されたのが、「農業遺産地域の特産品のリスト」であった。事業者側としては、各農業遺産地域の特産品を取り扱いたいのではなく、農業遺産地域全体とコラボレーションをしたいという要望が多い。しかし、そのためには各農業遺産地域ごとに特産品をリストアップして取りまとめる必要がある。これについては各農業遺産地域の行政担当者が主体として動くことが望ましい。※世界かんがい施設遺産についても同様。

#### <役割分担の明確化>

- 農業遺産および世界かんがい施設遺産の認定地域は一つの市町村ではなく複数の市町村に跨っている場合が多い。しかし、現状では遺産の認定および維持・管理については主体的となる市町村にその負荷が偏っているように感じる。「農業遺産」や「世界かんがい施設遺産」としての周知を広げるためには認定地域の市町村が連携して共同でプロモーションを行っていく必要があり、そのためにも認定地域内においてしっかりと役割分担をして活動していくことが望ましい。



#### <地域資源の洗い出し>

- 農業遺産・世界かんがい施設遺産ごとに歴史やストーリーがあり、それ自体での魅力を伝えることは重要であるが、遺産のみの情報発信となると発信内容が限られてしまう。そのため、全国各地にある遺産の周辺を含めた地域資源・魅力の洗い出しを行う必要がある。遺産のある地域だどうい場所なのか、遺産に関連するイベントのみならず、地域の伝統的な風習や文化、祭りなどその地域全体の魅力を発信していくことで、その地域を訪れてみたいと思わせることができる。

#### <ターゲットの明確化>

- 情報発信においては「誰にその魅力を届けたいか」が重要になってくる。幅広く届けようとするとならば情報がブレてしまうので、しっかりとターゲットを設定した上で、そのターゲットに標準を当てた情報を発信していくことが重要となる。また、ターゲットは国内だけとは限らない。インバウンドを呼び込みたいと思うのであれば、英語やターゲットにした国の言語で発信することによってハッシュタグなどで検索されるようになる。遺産のみならずその地域や周辺の観光地域とも連携してターゲットを設定する。

#### <情報発信の仕組み作り>

- 何よりも整えないといけないのが「誰が情報発信を行うのか？」という体制づくりである。現状では、各遺産の市町村担当者が情報発信を担っている場合が多い。しかし、担当者によってITリテラシーに差があり、また定期的に異動があるため担当者によって発信にバラツキがでてしまう場合が多い。大事なことは、定期的に情報発信をし続けることであり、その体制を「内部で整えるのか」もしくは「外部委託するのか」も含めて、各遺産ごとに考える必要がある。また、市町村単位で発信する場合は遺産の部署のみで発信するのではなく、他の部署とも連携しながら順番に発信していくなどの工夫をすることで、市町村全体で情報発信していく仕組みを構築していく。

### 《WEB・オウンドメディアの活用》

- 農業遺産すべての情報を集約する。わかりやすい構成と好印象を得るデザインを工夫することで、興味を持った方がアクセスし、行動を誘発させる重要なツールとして運用する。
- アクセスデータを活用し、認知率調査と共に広報プログラムに反映。また、WEBメディアとして、情報の新鮮さや波及力・拡散性・共有性に優れたSNS(Facebook、Twitter、Instagram等)にもアカウントを開設し情報を発信していく。
- 親しみやすさを醸成するため、堅苦しくないイメージで展開することも検討する他、WEBページへの誘導を目的としたリスティング広告、バナー広告(ともにエリアを限定することが可能)についても検討し 農業遺産を発信していく。
- 社会性や受け手の関心領域に寄り添い、興味・関心を引くサイトの構築で、関与度の低い層にも「見つけてもらい」やすくし、多様な切り口やストーリーのある情報を発信することで、新しい情報と接触できるサイトとして、能動的・定期的によりリピートを促進する。また、インフルエンサーによる情報発信も付加した展開も検討する。

#### ※コンテンツイメージ

「(世界・日本)農業遺産とは」「農業遺産の認定地域」「認定地域の産品ここがすごい」「おすすめレシピ」「認定地域に行ってみよう/認定地域NOW」「こだわりの生産方法」「イベント情報」…など(\* 各地域が自由に情報更新ができるWEBメディアとして展開)

例) 日本遺産 : <https://japan-heritage.bunka.go.jp/ja/>

例) ギビエト : <https://gibierto.jp/>

※自治体側にも「農業遺産に認定されたい」という気にさせるような内容にすることが重要。

### 《農業遺産・世界かんがい施設遺産パビリオンとしての展開》

- 「農業遺産とは」といった基本情報と「認定地域と認定産品」の両輪で展開する方策として、展示会の出展スペースを大きくし、農業遺産パビリオンとして展開する方策が考えられる。

※展示会主催者の協力・調整を図り、出展料の割引等を行ってもらう。

※日本食PRの海外展開時のジャパンパビリオンのような展開をイメージ。

- パビリオンでは、世界農業遺産・日本農業遺産の情報発信エリアと、各地の認定産品の試食ができるエリア、各認定地のPR展示エリアで構成すること等を検討する。

### 《農業遺産地域・世界かんがい施設遺産の特産品のPR》

- メディアおよびバイヤーを招待して、認定産品を使用した試食会等の展開。メディア、バイヤーの参加意欲を喚起するために、各料理分野のトップシェフに協力を依頼し、認定産品を使用した料理を開発し、試食していただくイベント開催する。
- 首都圏のレストラン(SCのグルメフロア等)の協力を得て、期間限定で、開発したメニューを一般の人たちに食べていただくことができる農業遺産フェア等のイベントの開催する。
- 開発したメニューをもとに各認定地域の希望レストラン等へのレクチャー等のワークショップを行うことで、各地域の名物料理と展開していく。
- 百貨店や大手飲食企業と連携して「北海道フェア」のようなイメージで「農業遺産フェア」を開催する。
- 学校など教育機関と連携して農業遺産認定地域の食材を活用したメニュー開発や学びとして農業遺産の歴史や大切さを啓蒙する授業などを展開していく。

---

令和4年度農山漁村振興交付金事業地域活性化対策  
(農山漁村情報発信事業農業遺産等の情報発信  
(食品等のマーケティング及びSNSでの発信))

－実施報告書－

令和5年3月

作成者 〒150-8508

東京都港区虎ノ門4-3-12日経虎ノ門別館3F

株式会社テレビ東京ダイレクト

電話:03-5401-0220

FAX:03-5401-0228

---