

平成26年度

国内産麦利用拡大推進事業

成果報告書

一般社団法人 全国米麦改良協会

東京都中央区日本橋兜町 15-6
製粉協会

申請額	10,000,000円
交付決定額	9,997,000円
事業区分	PR活動事業
事業目的	<p>第1期(25年度)において国産小麦のある生活考える「和麦ひろば」(Webコンテンツ)をオープンし、国産小麦で作られたパンを切り口に情報発信を行うとともに、「ききパン!和麦カフェ」を毎月開催して、国産小麦で作られたパンの紹介、食べ比べを行いこれらの情報発信を行いファンの醸成を図ってきましたが、2年目にあたる第2期においては、さらに国産小麦をもっと身近なものに感じてもらうべく国産小麦の生産・製粉現場、国産小麦でパンを作っている現場のレポート、国産小麦粉によるパン作り体験等を企画するとともに、これらの情報を発信・拡散することによりファン層の一層の拡大、ネットワークの拡大を図ることを目的としました。</p>
事業概要	<p>1. 第1期から引き続いて、キャンペーンを牽引していくキーパーソンを配し、情報感度が高く発信力があるパン好きな女性をターゲット・情報発信の核におき、コミュニケーションの基盤としてWeb(「和麦ひろばブログ」及び「Facebookページ」)を活用し、国産小麦の情報の発信・拡散、情報交換を行いました。</p> <p>2. 国産小麦をもっと身近なものに感じてもらうため以下の取り組みを行いました。</p> <p>①現場レポートとして、和麦ひろばの会員が各地の国産小麦の使用現場を訪問し、生の声によるレポートを情報発信、生産者・製粉会社・パン屋等国産小麦関係者取材し国産小麦の現場の生の声を情報発信。</p> <p>②パン作り等の体験イベントとして、有名シェフ講師によるパン教室イベントの開催(オリジナルレシピの開発、国産小麦のおいしさ伝授。)やパン作りフォトコンテスト(国産小麦のパン作り情報の拡大)を実施してコミュニケーションの場を提供。</p> <p>3. 「日本の麦の底力2015」へ出展し、「和麦ひろば」の活動のPR、国産小麦使用パンの販売による国産小麦の周知・理解を図りました。</p>

事業の成果	<p>「和麦ひろばブログ」や「Facebook ページ」を活用して国産小麦に係る生の情報の発信や参加型イベント等による情報交換が行われたことにより、国産小麦が身近なものとなり、より発展性のある強固な国産小麦の輪が醸成されました。これからの「和麦ひろば」への期待もますます高まっています。</p> <p>① 「和麦ひろばブログ」のページビュー数は、次のとおり。 1日当たり H25年度 約 145 → H26年度 約 245 (約 1.7倍) 累計 H25年度 約 53,000 → H26年度 約 90,000 ※イベント企画が人気上位に入り、ユーザー参加型のコンテンツが人気。パン屋紹介コンテンツでは、国産小麦を使っている人気のパン屋に対する注目度が高く、今後も国産小麦の消費拡大を図る上で人気店を取り上げることが重要。</p> <p>② Facebook ページ合計「いいね！」数は、次のとおり。 25年度 454 であったものが、26年度は 1,022 と約 2.3 倍に増加。※活動日数とともに順調に「いいね！」数が伸びている。特にフォトコンテスト開始を契機に Facebook ページの「いいね！」数が伸びている。 ※Facebook ページユーザーの内訳 女性 78% 男性 22%</p>
-------	--

申請額	10,000,000円
交付決定額	9,990,000円
事業区分	PR活動事業
事業目的	<p>国産小麦を盛り上げる活動が各地域で盛んに行われているにもかかわらず、地域内外で情報発信はあまりされていない。また、全国で具体的にどのような活動が行われているのか、国産小麦が畑から食卓に届くまで、生産者、製粉会社、食品加工メーカー、飲食店に至るまでの活動や中心となる製粉会社の役割について、情報が十分に提供されていないことから、国産小麦そのものに関する積極的な情報提供を行うことを目的として実施しました。</p>
事業概要	<p>以上の狙いから、2013年度には「小麦粉ジャパンWOMAN 'Sレポート」北海道編「北海道小麦の魅力を訪ねて」と母と子の「すごいぞ！国産小麦」の小学生新聞、関東編「国産小麦の新星さとのそら誕生」を紹介してきました。</p> <p>本年度も引き続き、情報感度の高いオピニオンリーダーやインフルエンサーの購読者が多い、朝日新聞と全面的にタイアップし、小麦粉に接することが多い女性と次世代を担う子供たちをメインターゲットに、女性ライターが「関西」「福岡」と母と子が「福岡」の小麦の現場取材し、「国産小麦の現場体験レポート」を朝日新聞と朝日小学生新聞の誌上に掲載しました。国産小麦に関するライブな情報を地域だけでなく、全国の多くの読者に届けることができました。読者のみならず、クチコミで意識の高い生活者や小麦関係者にも国産小麦の情報を伝播できたものと思います。</p> <p>① 第4弾、関西編「小麦粉ジャパンWOMAN 'Sレポート」「歴史ある関西の小麦文化を次世代につなぐ。」を作成、朝日新聞全国版朝刊に8月21日掲載。（発行部数761万部）</p> <p>② 第5弾、福岡編「小麦粉ジャパンWOMAN 'Sレポート」「福岡の「ラー麦」で作ったラーメンば、食べに来んえ！」を作成、朝日新聞全国版夕刊に2月25日又は26日掲載（発行部数276万部）</p> <p>③ 第6弾「母と子でたどる、福岡産小麦の現場体験レポート」「すごいぞ！国産小麦、ラー麦の魅力を体験取材」を作成、朝日小学生新聞全国版2月28日掲載。（発行部数12万部）</p>

事業の成果

取材にあたった女性レポーターは、関西では「郷土に根ざした新しいめんを地場産小麦で作ろうと奮闘する人たちの情熱に心打たれた」。福岡では、「国産小麦に関わる仕事をする女性の熱意が強く感じられた」。福岡で小麦の現場を体験取材した子と母は、「ラー麦には、麦を栽培する人、ラーメンを作る人などたくさんの人たちの思いがいっぱい詰まっており、手作りの良さが伝わった」。「今回の取材で、ラー麦を開発された方、作られている方々と出会い、ラー麦への情熱や思い入れを伺うことができ、たくさんの人たちの思いが詰まった福岡のラー麦ラーメンをもっと多くの人たちに食べてもらいたと心から思った」。「ラー麦を知らない方に福岡でしか食べられないおいしいラーメンがあることを教えたい」等貴重な体験をさせていただいたと述べています。

このように自らの体験を通して伝えられる小麦の現場の取材レポートは、朝日新聞全国版総計 1,049 万部と多くの新聞読者の心も掴んでくれたものと確信します。なお、今回は広告評価調査（J-モニター）を行い、結果は、関西編の新聞広告については、広告接触率（広告を見た）は 50% 超え、広告興味度、好感度、信頼度は平均値を上回り、広告の印象も共感出来る、説得力がある、良い広告、役に立つ、おもしろいと評価され、関西小麦のことも、はじめて知った 87% と認知度も高く、購入意向も 48% と平均値を大きく上回った。福岡編は広告接触率は平均値を大きく上回り 66%、広告理解度、興味度、好感度、信頼度も平均値を上回っている、ラー麦をはじめて知った 89%、購入意向も 50% と平均値を大きく上回っています。

消費者サイドで国産小麦への関心や利用が高まりつつある今こそ、消費者の目線で熱く伝えることにより、理解を深めていただき、ファンが着実に増え、国産小麦の需要を拡大していく力になると信じています。

今後も各地で活発化している国産小麦の活動を、引き続き、女性や親子の目線から「小麦の現場を体験取材レポート」という形で消費者に伝えていく必要があると思っています。

この外、1月16～17日開催された「日本の麦の底力 2015」に協同組合全国製粉協議会として参加し、組合員が作った国内産小麦商品の展示・販売会を実施し、多くの来場者から高い評価をいただきました。

東京都江東区佐賀 1-9-13
 全国精麦工業協同組合連合会

申請額	10,030,000円
交付決定額	10,000,000円
事業区分	PR活動事業
事業目的	<p>保育士・保育園栄養士・保育園児の母親、小学生、管理栄養士を目指す家政系女子大学・短大・専門学校の学生及び指導する教授に対し、大麦・はだか麦の健康効果のPRを行い、それぞれの対象層への浸透を図ることとしました。また、日本の魅力再発見・利用促進事業の消費拡大全国展開事業への積極的な協力・参加を行い、一般消費者層への大麦利用の浸透を図ることとしました。</p>
事業概要	<p>◇保育園栄養士・調理師を対象とした「給食に活用できる大麦レシピ」調理実習と講義を東京(2/12)・大阪(2/18)で実施しました。</p> <p>◇保育園給食に給食用大麦(1園当たり5kgの押麦)を提供。</p> <p>◇「すくすく通信*1」を活用し、希望のあった285名に1人当たり90gの胚芽押麦とOrge別冊を提供しました。</p> <p>◇「すくすく通信」を活用した情報提供をしました。</p> <p>夏秋号～健康効果、facebookの紹介、給食用大麦提供告知 秋冬号～健康効果、家庭用大麦提供告知、調理実習実施告知</p> <p>◇小学生を対象とした食育副読本「大麦のはなし」をリニューアルして全国の小学校や全国学校栄養士会等へ約3万部を配布しました。</p> <p>◇大学教授への研究委託 神戸大学大学院農学研究科 水野教授 研究テーマ～大麦β-グルカンのアレルギー抑制効果 愛国学園短期大学家政科 平尾教授 研究テーマ～大麦パン(100%)の製作</p> <p>◇大学学内で大麦講演会等を開催(11/13~1/30)しました。 「大麦の健康効果 β-グルカンの効用」をテーマに6大学開催し、800名(学内講演580名、公開講座220名)が参加しました。</p> <p>◇大麦を調理学・食品学等の大学教育で活用してもらうため希望調査を行い、押麦・大麦粉を14大学に提供しました。</p> <p>◇Facebookで国産大麦100%使用の麦焼酎や大麦料理のレシピの紹介、調理実習の告知・レポート掲載などを行いPRしました。</p>

	<p>◇大麦PR冊子「O r g e (オルジュ)」ダイジェスト版を1万部作成し、調理実習のテキストとして活用するとともに、イベントで配布しました。</p> <p>◇のぼり、エプロン、パネル、シンボルマーク入りポリ袋を制作し、イベント等で活用しました。</p> <p>◇全麦連傘下の企業が実施した「食プロジェクト(麦すび)*2」に参加・協力。大麦製品の販売・麦すびの試食等を通じ、美味しさや健康効果を一般消費者にPRしました。</p> <p>◇「日本の麦の底力 2015」にも積極的に参加し、大麦が機能性食品であることをPRしました。</p> <p>*1：保育園（保育士・栄養士・母親等）に特化した発行部数14万部の情報誌 *2：麦入りのおむすび</p>
事業の成果	<p>主な成果は以下のとおりです。</p> <p>◇調理実習では、講義を通じて大麦の健康効果について理解が深まるとともに、調理実習ではスープやデザート等に利用できることを紹介したことで、給食への積極的な導入が促進されました。今後は参加者をフォローし、シンパ(同調者)の育成を図っていくこととしています。</p> <p>◇保育園給食への大麦提供において回収されたアンケート（10園）では、大麦給食の反応は良く、今後の活用が期待されます。</p> <p>◇一般消費者等への大麦提供において回収したアンケートでは、初めて利用した方も今後も利用したいとの回答が寄せられています。</p> <p>◇大学教授への研究委託において神戸大水野教授の研究においてβ-グルカンのアレルギー抑制効果の可能性が見つかり、今後の臨床試験で高い精度の結果が出てくるものと期待されます。また、愛国学園大平尾教授の研究で大麦の混入割合による様々な食感を確認できました。</p> <p>◇大学における講演・講座や講義用大麦の提供により、学生からは早速利用したいなどの意見があり、大麦の健康効果が印象付けられたとともに、大学としても大麦を講義内容に取り入れる動機づけになったものと理解しています。</p> <p>◇イベント出展を契機に料理研究者との接点があったことで、東京ガスや住宅展示場での大麦料理教室を開催（予定）することとなりました。</p>

東京都千代田区神田須田町 1-12-9
 全国麦茶工業協同組合

申請額	28,885,500円
交付決定額	10,000,000円
事業区分	PR活動事業
事業目的	「麦茶の良さ・効果・効能」と「麦茶は夏の飲み物だけでなく冬も飲む飲物」として、いわゆる「通年飲料」であることを積極的にPRし、消費者の理解を深めることによって、麦茶の消費拡大を図り、もって、国内産大麦の需要の拡大を目指すことを目的として実施してきました。
事業概要	<p>上記の事業目的を達成するため下記の事業を取り組みました。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 麦茶の日キャンペーン事業 全国6か所で麦茶サンプルの配布、商品展示、看板、幟旗、キャラクター着ぐるみ（麦ティー君）、麦茶サンバ等によるパフォーマンスの展開、パンフや麦茶サンプルの配布等、積極的に麦茶の販売促進に関するキャンペーンを実施しました。 2 冬はホットでおいしい麦茶キャンペーン 麦茶は、夏の飲み物であるとのイメージからの脱却を目指して、「冬はホットに家族みんなで香りを楽しみながら飲みましょう」キャンペーンを、テレビ媒体を活用し実施しました。 具体的には、11月下旬(11月17日～30日)にTBSをキーステーションに、全国14局で「冬はホットにおいしい麦茶」をテーマに15秒のスポットCMを放映しました。 3 日本の麦の底力 2015 一般社団法人全国米麦改良協会が主催する「日本の麦の底力2015」に積極的に参加し、「入れたてのホット麦茶」と「牛乳をミックスした麦茶オレ」の提案・試飲、サンプル配布等を行いました。 4 将来の麦茶ファンの育成キャンペーン 「すくすく通信(2014年春号)」を13万部作成し、1,500保育園の新入園児の母親等を対象に配布し、「麦茶は、ノンカフェイン、ノンシュガー、ノンカロリーで子供たちにとって優しい飲み物」であることを訴えてきました。 また、1,185ケースの麦茶の無償配布を実施しました。

事業の成果	<p>「麦茶の日」キャンペーンについては、メディアを通じて事前告知を行ったことから、「ラジオを聞いてきた」との多くの声が寄せられました。また、イベント後に、NHK、テレビ朝日等で「麦茶」を取り上げたことから、消費者の高い関心と呼ぶことが出来ました。</p> <p>一方、「日本の麦の底力 2015」において「ホット麦茶の試飲、アンケート調査を実施」したところテレビCMを観たと回答した者が全体の 17%、ホット麦茶を飲んだことがあると回答した者が約 70%、飲んだことはないが家庭で試してみると答えた者が 8%と、ホット麦茶への関心の高さが寄せられていたことが窺えます。</p> <p>保育園からは、「麦茶大好き、麦茶ありがとう」等、多くのお礼の声が寄せられました。</p> <p>こうした取り組みを実施したこともあって、平成 26 年度の麦茶原料大麦の販売量は、76 千トン(前年比+13 千トン、+20%)と大幅に増加し、麦茶工業協同組合始まって以来の販売量となりました。</p>
-------	--

北海道江別市高砂町6番地
江別麦の会

申請額	10,000,000円
交付決定額	9,983,000円
事業区分	PR活動事業
事業目的	<p>国産随一の小麦産地として、また国内産小麦利用促進のリーダーとして、現状、道内での消費が道産小麦生産量のわずか1割となっている状況を踏まえ、地産地消の取り組みを強化していくことが需要拡大の第一歩と位置づけて、道内各地で小麦旋風を巻き起こすため、地産地消の活動や道内産小麦の食べられる店・イベント等の紹介をラジオ局と連携して展開しました。</p>
事業概要	<p>ラジオ局エフエム北海道では「北海道小麦好き！」として「北海道コムギ大使」に任命したDJと主な産地からのゲストにより道産小麦にちなんだ地産地消の取り組みを10分番組にして紹介するとともに、「農業1Dayスペシャル」の特番や道産小麦応援の20秒のCMを放送しました。</p> <p>ラジオ局北海道放送では番組名「道産小麦を食べよう!キャラバン」として道産小麦をテーマとしたイベントやパン屋、レストランから生中継トーク番組を放送。</p>
事業の成果	<p>ラジオ番組の中で生産—製粉—加工—メニュー開発—販売の各道内各地のキーパーソンに登場してもらい、国内産麦の利用促進の熱い取り組みを紹介できました。品質向上に取り組む生産者、製麺性・製パン性に優れより美味しくなった道産小麦に惚れ込む実需者とシェフ、観光とも連動した産学官の取組み、支援する自治体、地元の農産物と地元小麦とのベストマッチングによる地域おこし、地元での外貨稼ぎの手段、北海道ならではの景色をつくる小麦畑など、まさに「畑から食卓まで」の熱い取り組みを紹介することができました。</p> <p>今年度は、各地で頑張る人と情報を明確に把握でき、それは当初6か月間で予定していた「定刻のラジオ番組での発信」を1ヶ月間延長し、合計7か月間の活動期間となるほどのボリュームとなりました。</p> <p>今年度の情報発信と各地との連携、絆づくりのステージとしての大きな成果を活かし、次年度は、より生活者を動かすステージとしていきたいと考えています。</p>

群馬県前橋市朝倉町 4-6-3
群馬県製麺工業協同組合

申請額	5,000,000円
交付決定額	5,000,000円
事業区分	PR活動事業
事業目的	群馬県産小麦の需要拡大を図るため、雑誌媒体を活用したPR類等の情報提供を行います。
事業概要	<p>総合週刊誌の「週刊文春」、「週刊新潮」及び旅行雑誌の「旅行読売」並びに群馬県内の官公庁・金融機関・団体等で年間購読されている「グラフぐんま」に群馬県産小麦の特徴や生産背景のほか100%使用の麺（ひもかわうどん）を使用することを条件として商品化した組合の共同調達・共通商品も紹介し、群馬県産小麦のPRを行いました。</p> <p>①「週刊文春」（実売部数487千部）で3回（26年11月27日号、12月24日号、27年2月26日号）、また雑誌社の厚意で1回（27年3月18日号：無償）の計4回の広告を掲載。</p> <p>②「週刊新潮」（実売部数400千部）で1回（27年1月22日号）広告を掲載。</p> <p>③「旅行読売」（実売部数190千部）に1回（26年12月2日号）広告を掲載。</p> <p>④「グラフぐんま」（発行部数17千部）に2回（26年11月14日号、12月10日号）に広告を掲載。</p>
事業の成果	<p>① 広告のタイトルを「群馬の地粉 美味しい群馬のひもかわうどんのおっ切りこみ*1」として、組合共同調達商品の「おっ切りこみセット」を併載して、おっ切りこみのシーズンである冬季に集中して掲載したところ、全国各地から問い合わせがありました。</p> <p>② 週刊文春での反響、問合せは非常に多く各号発売2週間の間は1日当たり30件ペースで問い合わせがありました。特に12月24日号の反響は大きく年末から1月まで反響があり、発売10日間は1日当たり50～70件の問い合わせがありました。また、3月にも広告掲載（無償）されたことで4月に入っても反響が続いています。</p> <p>③ 問い合わせ件数は延べ約1,500件。商品販売数3,500セット。</p> <p>④ 組合HPへのアクセス数約45,000。（昨年35,000）</p> <p>この取り組みは3年目となりましたが年々反響が大きくなっており、群馬県産の小麦の消費拡大に資することが出来たものと評価しています。</p> <p>(*1) 26年2月群馬県選択無形民俗文化財に選択されています。</p>

栃木県足利市福居町 8 1 9
 麦わらぼうしの会

申請額	5,000,000円
交付決定額	3,999,000円
事業区分	PR活動事業
事業目的	<p>実力はあるながらもなかなか関心の高まりが見られない栃木・群馬をはじめとする北関東の小麦ですが、ニッポン放送のラジオを媒体として、両県産小麦、とりわけイワイノダイチ・ゆめかおりの魅力を伝えていくことで、栃木・群馬の小麦の消費の拡大を図ることを目的に実施しました。</p>
事業概要	<p>ニッポン放送のラジオ番組で、タレントの森脇健児さんと栃木県出身のパーソナリティーを活用し、栃木・群馬の小麦生産者やうどん店等の紹介を行い、両県産小麦の魅力を余すところなく伝えました。</p>
事業の成果	<p>栃木県産小麦の消費量は、原発事故による放射能の汚染及びその後の風評被害等で大きく減少しましたが、幸い、平成 24 年から出回るようになった新品種のパン用小麦「ゆめかおり」や美味しいうどんができる評判の高い「イワイノダイチ」は、十分に訴求効果のある小麦として、特にこの 2 品種の小麦を前面に出した PR 活動を行ってきました。</p> <p>その結果、麦わらぼうしの会の会員企業やラジオ放送で紹介した店舗等に対し、問い合わせや来店者の増加等の有効な効果が認められました。また、ラジオ放送の中で試食戴いたイワイノダイチ「半生うどん」は、PR 効果も顕著でした。平成 26 年 11 月 2 日(日)に開催した麦わらぼうしの会主催第 7 回「麦わらぼうしフェスタ(旧小麦感謝祭)」では、ニッポン放送で予告通知したオリジナルレシピコンテストの最終審査と審査発表を行う等、新規プログラムも加えた事により、各会員企業ブースにおいても大変な賑わいを見せ、異業種連携による栃木県産小麦の消費拡大運動の意義の大きさと連携結束の有効性、また一般消費者への訴えの重要性を再認識することができました。更に麦わらぼうしフェスタ開催当日より、焼印プロジェクトを開始し、各パン店においてゆめかおりで焼いたパンに焼印を押し、焼印パンを麦わらぼうしの会全体で応援・PR することも始めました。その後平成 27 年 3 月 12 日より</p> <p>「F・ゆめかおり」という 100%国産小麦使用のフランスパン専</p>

用粉の発売に至ったのも、一連の PR 事業から得た知識や経験を活かした大きな成果でした。

今回はラジオ局の連携によって他のエリア（関西圏、福岡県）が個別に行っていた PR の「点」と「点」を「線」で結ぶ PR 展開を実施しました。関東地区（1 都 6 県）でのラジオ単独放送の場合には、1 回の放送で 355,590 人が聴取（平均聴取率による換算）し、今回の全放送で延べ 6,756,210 人が聴いたこととなります。

（関東首都圏聴取エリア内人口 35,559,000 人／男女 12～69 歳）これを 3 地区（関東、関西、福岡）を結んだことにより、延べ合計で 1 千万人ほどの人（関東・関西・福岡県での合計聴取エリア内人口は、53,458.712 人／同上）に届いたこととなりました。

長野県長野市篠ノ井会 30 番地 2
 長野県製粉協会

申請額	5, 221, 178円
交付決定額	5, 000, 000円
事業区分	PR 活動事業
事業目的	<p>長野市が全国の県庁所在地中 1 世帯当たりの小麦粉購入量が日本 1 位となっているなど長野県は、うどん、おやき、すいとんなど粉食文化が定着していますが、年々少子高齢化や家庭での手作りの機会の減少で粉食の文化が衰退傾向にあります。一方、「シラネコムギ」の品種更新時期を迎え県内では 7 種の多様な品種が生産されています。生産者に品種の理解と生産拡大を目指すことを伝え、身近な県産小麦を使用した家庭での粉もん料理の普及を図り、併せて加工業者の新商品の開発を促してイベント等で発信し県産小麦の消費拡大に繋げていくことを目的に実施しました。</p>
事業概要	<p>県産小麦の品種・生産量・栽培地域・用途を分かりやすく解説したパンフレット「小麦の地産地消で信州の粉もんをもっとおいしく」を作製して情報発信を行ってきました。第 3 回信州粉もん祭り（26 年 12 月）」を開催するにあたり開催告知、レシピコンテストの募集を地元紙に掲載（5 回）してきました。また、レシピコンテストの優秀作のレシピ集を作成してイベント等で配布し利用拡大を図ってきました。</p> <p>「長野まるごと秋祭り（26 年 10 月）」、「長野市農業祭（26 年 10 月）」、「信州粉もん祭り」では、うどん・すいとん・たこ焼き・パン・おやき等の試食のほか、うどん・おやき作りを体験も行い、作り楽しさ美味しさを感じてもらうことで家庭での手作り普及に繋げてきました。また、「信州粉もん祭り」では地元料理研究家による「地粉で野菜を食べよう」をテーマに調理実習と講習会を開催してきました。</p> <p>26 年 7 月に東京ビッグサイト開催された「外食ビジネスウィーク 2014 ラーメン産業展」に出展し、県産小麦製品を紹介してきました。また、27 年 1 月に東京池袋サンシャインシティで開催された「日本の麦の底力 2015」に出展して長野県産小麦粉製品の紹介を行ってきました。</p>
事業の成果	<p>パンフレット「小麦粉の地産地消で信州の粉もんをもっとおいしく」による情報発信で、県産小麦の理解が深まり多くの方に地粉の良さが伝えることができました。</p>

農業祭や粉もん祭りの会場では、県産小麦を使った料理を紹介したところ、来場者からは「地粉を使ってみたい」という声が多く聞かれました。特に家族での体験調理は、粉もんのホビーフードとしての新たな需要を引き出せたと期待しています。

長野県の「おいしい信州ふーど(風土)」ブランドにおいて「オリジナル」呼称のついた「信州うどん、そばセット」、また商標登録「信州の夢」うどんのブランド化の取組みを各年から行っており、麺・パン・おやき事業者などが地粉をつかったオリジナル商品の開発・販売をする活動につながりました。

ビジネスウィークや日本の麦の底力への出展は、会場が東京ということもあってイベント当日に商談がまとまる等非常に大きな訴求効果がありました。

県産小麦の生産面でも従来小麦を栽培していない地域から問い合わせが増えていきますし、契約栽培面積も増えていきます。

愛知県名古屋市昭和区折戸町 4-15
愛知県製粉協会

申請額	5,000,000円
交付決定額	3,998,000円
事業区分	PR活動事業
事業目的	愛知県産小麦新品種「きぬあかり」と愛知県の伝統食文化「きしめん」を掛け合わせて、愛知の食文化と愛知の食材を基本に、地元産「きぬあかり」について、地元小麦業界の熱い思いと熱意を広く愛知県民に発信し、愛知県産小麦の消費拡大を目的として活動してきました。
事業概要	愛知県産小麦新品種「きぬあかり」と愛知県伝統食文化「きしめん」とを掛け合わせ『愛知の伝統食を、愛知で生まれ、愛知で育ったきぬあかりで』をテーマに、2ヶ月間地元ラジオにより情報発信することで「きしめん文化」の新たな局面をアピールしました。
事業の成果	<p>① 生産者自身が「きぬあかり」栽培にかけるたゆまぬ努力について積極的にラジオで紹介したことで、製麺業界並びに地元うどん・きしめん提供店舗の関心を高められ、「きぬあかりに替えて良かった」との声を顕在化させてこの評価を広めることができました。</p> <p>地元東海ラジオのエリア内聴取可能人口は8,220千人。ラジオ1回あたりの聴取人口は平均173千人であり全放送では3,082,565人に語りかけたことになり大きな効果がありました。</p> <p>② 9月に名古屋市内で東海ラジオ「開局55周年記念イベント」が2日間開催され(来場者数129千人)、「きしめん・でら・パスタ委員会」として小麦粉(きぬあかり)、きしめんの販売ブースを出展し、来場者の「きぬあかり」に対する反応を確かめたところ、最終日終了時間前にきしめん・うどん3,000食、小麦粉30kg(1kg×30個)を完売してしまいました。</p> <p>③ 蒲郡市で開催された「全国ご当地うどんサミット」では地元金鯱カレーきしめんが見事優勝に輝き、きしめんとともに「きぬあかり」についても新聞・テレビ等で紹介されたことで大きな宣伝効果があったと評価しています。</p> <p>この取組みを進めてきたことで地元うどん・きしめん屋が外国産小麦から県内産小麦や「きぬあかり」へ切り替えたり、小麦粉ユーザーからの品質・特長等の問い合わせも増加しています。</p>

愛知県名古屋市中区昭和区折戸町 4-15
中部製粉工業協同組合

申請額	6,250,000円																								
交付決定額	3,000,000円																								
事業区分	PR活動事業																								
事業目的	蒲郡市内で開催される「全国ご当地うどんサミット 2014in 蒲郡」において、過去最大規模の国内産小麦によるグルメバトルを開催して、国内小麦の消費拡大を図ることとしました。また、PRブースを設置して国内産小麦の認知度アップに取り組み、特に会場において愛知県産小麦「きぬあかり」の消費拡大を図ることとし、これまでの伝統的な「きしめん」「味噌煮込み」などの麺料理へ新たなアイデアを加え地域資源を活用した新メニュー開発の誘因としていくほか、街おこしの起爆剤として効果を上げていくことを目的とした事業を実施しました。																								
事業概要	国内産小麦をPRするため、ウェブサイトの開設やSNS等を活用した情報発信、ご当地キャラクターによるPR活動を行いました。会場での試食会と記者会見、来場者によるグルメバトルへの投票と表彰並びにご当地うどん新メニューの顕彰を行いました。																								
事業の成果	<p>① うどんサミット当日は、約2万人の集客があり、14府県から参加した24の出展者が国産小麦を使ったご当地うどんを提供しました。</p> <p>② 出展者、来場者数(約2万人)ともこれまで3回開催された大会の中での実数値としては過去最高でした。</p> <p>今回のご当地うどんサミットは、テレビ・雑誌・新聞取材でも取り上げられ、これらの宣伝効果は1億2,188万円に換算されるものとなりました。</p> <p>(参考)報道実績の優良広告換算効果</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>報道回数</th> <th>広告換算効果</th> <th>参考</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>テレビ</td> <td>10回</td> <td>116,845千円</td> <td>CBC、NHK、中京TV等</td> </tr> <tr> <td>雑誌</td> <td>7回</td> <td>2,401千円</td> <td>東海ウォーカー、じゃらん等</td> </tr> <tr> <td>新聞</td> <td>25回</td> <td>2,639千円</td> <td>中日、読売、毎日等</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td></td> <td></td> <td>Yahooニュース、JapanTimes等</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td></td> <td>121,887千円</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		報道回数	広告換算効果	参考	テレビ	10回	116,845千円	CBC、NHK、中京TV等	雑誌	7回	2,401千円	東海ウォーカー、じゃらん等	新聞	25回	2,639千円	中日、読売、毎日等	その他			Yahooニュース、JapanTimes等	計		121,887千円	
	報道回数	広告換算効果	参考																						
テレビ	10回	116,845千円	CBC、NHK、中京TV等																						
雑誌	7回	2,401千円	東海ウォーカー、じゃらん等																						
新聞	25回	2,639千円	中日、読売、毎日等																						
その他			Yahooニュース、JapanTimes等																						
計		121,887千円																							

大阪府大阪市中央区谷町 1-3-17-202

大阪府製粉協会

申請額	5,000,000円
交付決定額	3,995,000円
事業区分	PR活動事業
事業目的	関西は小麦の大消費地。関西の代表的な「めん料理」(大阪うどん・京うどん、三輪そうめんなど)をテーマにして、関西地区での地産地消や他の産地で生産される小麦も含めた国産小麦食文化を訴求することを目的に実施してきました。
事業概要	関西の「小麦文化」「めん料理」の話題を絡めながら、小麦生産者・製粉会社・製麺会社・お店など国産小麦に関わる「小麦の匠」を紹介し、「関西の小麦の自慢合戦」を繰り広げてお互いの小麦力を切磋琢磨(せっさばくま)することとしました。これを他地区と一緒に番組にて相乗りし、他の地区(関東・福岡)との対比によって関西地区のアイデンティティを強化していくことを目的に実施しました。
事業の成果	<p>啓蒙・啓発番組ですが随所に試食の機会を設けました。パーソナリティがスタジオで大阪うどんや京うどんを体験試食し、実感をもってリスナーに語りかけたことで、パーソナリティの食体験をメディアを通してラジオリスナー(生活者)と共通化させるというメディア活用のセオリーと醍醐味を体験することができました。</p> <p>各地区のパーソナリティが懸命に自分の地区のPR(プレゼンテーション)をする「おらが故郷の小麦自慢合戦」では、大阪は明るいパーソナリティ森脇健児氏が担当する等、ラジオ局で楽しい演出を盛り込んでくれ、日本こなもん協会熊谷会長と森脇氏とのコンビにより、軽妙かつ親しみやすい番組づくりが実現しました。番組では</p> <ul style="list-style-type: none">・関西で小麦産地は、滋賀、兵庫があげられ、とくに播州は空気が乾燥し降雨・降雪が少なく、この気象条件を利用し、古来より小麦栽培がなされ、素麺・薄口醤油・赤穂の塩が関西全域に供給されていた歴史や大阪の小麦文化は、何と云っても安くて美味しい大阪うどんの生まれた歴史などを広く紹介できました。・その他、各製粉企業の技術者の出演による匠の技紹介・地域

で評判のうどんをスタジオで体験試食し、美味しさや特徴などを紹介し、多義にわたり国産小麦の素晴らしさを伝えることができました。

関西地区（2府4県）でのラジオ単独放送の場合には、1回の送で183,816人が聴取(平均視聴率による換算)し、今回の全放送(16回)で延べ2,941,056人が聴いたこととなります。(関西圏聴取エリア内人口14,139,712人／男女12～69歳)。これを3地区(関東・関西・福岡)を結んだことにより、全体では約1千万人近い人(関東・関西・福岡県での合計聴取エリア内人口は58,458,712人／同上)に届いたこととなりました。

香川県高松市西内町1番16号
香川県製粉製麺協同組合

申請額	2,500,000円
交付決定額	2,400,000円
事業区分	PR活動事業
事業目的	<p>県・生産者・需要者・二次加工業者が一体となり、開発された小麦「さぬきの夢」は、讃岐のうどん用小麦として開発された県オリジナル品種であり、実需者の評価が高いものがあります。</p> <p>しかしながら、現在、讃岐うどんに使用されている小麦のほとんどがオーストラリア産小麦（ASW）であることから、ブランド力を強化し、外国産小麦との差別化を図ることによって更なる需要拡大を図ることを目的として実施してきました。</p>
事業概要	<p>実需者を対象とした製麺研修会を開催することにより、「さぬきの夢」の利用促進と製麺技術の向上を図りました。</p> <p>また、「さぬきの夢」の認知度向上を図るため、新聞掲載等の広告やPR資材を活用した広報活動を実施するとともに、「さぬきの夢」認知度調査を行いました。具体的には</p> <p>①実需者を対象として、香川県製粉製麺協同組合、本場さぬきうどん協同組合及び「さぬきの夢こだわり店」連絡会の協力のもと、製麺研修会を開催し多くの参加者が製麺技術を学びました。</p> <p>②ブランド力強化のため、香川県内で最も高いシェアを持つ四国新聞に生産者、流通業者及び加工業者の協力のもの、「さぬきの夢」に関する魅力を伝える記事を掲載して、需要の拡大につながる情報発信を行いました。</p> <p>③香川の食文化や食育の観点として「さぬきうどんの歴史」「さぬきの夢開発秘話」「さぬきの夢の栽培」「小麦から小麦粉ができるまで」の4つの視点から構成される「さぬきの夢」PRDVDを作成して、県内公立小学校（173校）に配布するとともに、「全国年明けうどん大会 2014 in さぬき」（平成26年12月13～14日開催）においても使用しました。</p> <p>④年間を通して「さぬきの夢」を100%使用したうどんを提供するうどん店の中で「めん」「だし」「サービス」の3つの審査基準を満たした「さぬきの夢こだわり店」にミニのぼり・バナースタンド・ラウンドシートを配布し、店舗イメージの向上を図りました。</p> <p>⑤「さぬきの夢こだわり店フェア」（10月5日開催）、「食の大博</p>

	<p>覧会 2014」(11月22～23日)、「全国年明けうどん大会 2014 in さぬき」、「日本の麦の底力 2015」(27年1月16～17日)において、バナースタンド及びラウンドシートを使用し「さぬきの夢」の販路拡大を図りました。また県外で「さぬきの夢」を50%以上ブレンドしたうどんを提供する「さぬきの夢協力店」には紙製スタンドを配布し、県外におけるブランド力強化を図りました。</p> <p>⑥「さぬきの夢」認知度調査を多くの方が会する「かがわ農業フェア」(11月9日)、「食の大博覧会 2014」で実施し、アンケート回答者に「さぬきの夢」小麦粉サンプルを配布し、利活用の促進を行いました。</p>
<p>事業の成果</p>	<p>香川県、本場さぬきうどん協同組合、かがわ農産物流通消費推進協議会が開催した「さぬきの夢」を使ったうどんの技能を競う「平成26年度『さぬきの夢』うどん技能グランプリ」において、105名参加のなか、入賞者21名中11名が本事業による製麺研修会参加者であり、そのうち本グランプリの最上位賞である農林水産大臣賞を受賞した業者は、今回の製麺研修会に参加し、初めてグランプリに出展しており、今後の需要拡大のきっかけとなりました。</p> <p>四国新聞で「さぬきの夢こだわり店」の募集をしたところ、新たに1店舗を認証することができました。</p> <p>「さぬきの夢」PR動画は、地域で行われる親子うどん教室でも使用され、新たな地域に愛される食育資材として、ブランド形成につながっています。</p> <p>「さぬきの夢」認知度調査の結果、認知度は90%を超えていることが判明しました。ただ、同じ回答者に「さぬきの夢」うどんを食べたことがあるかどうかを聞いたところ、食べたことのある割合は約81%と知名度ほど割合が高くないため、「さぬきの夢」うどんを食べることのできる店舗等の情報発信を強化していく必要があるという課題も抽出することができました。</p>

福岡県福岡市博多区店屋町 3-14
福岡製粉倶楽部

申請額	5,000,000円
交付決定額	4,995,000円
事業区分	PR活動事業
事業目的	<p>昨年「福岡県民の、県民による、県民のためのラー麦ラーメンうまかめん」キャンペーンを実施し、ラー麦の認知度が約4割（福岡県調査）となった。この成果をバネに26年度は県外に向けての情報発信を行うこととしました。他県の方々に評価されることによって、自らのアイデンティティを強化し、自信を強固にするという「跳ね返り効果＝ブーメラン効果」をもたらすことを目的としたラジオネットワークを構築してきました。</p>
事業概要	<p>具体的には、福岡の「九州朝日放送」と関東エリアの「ニッポン放送」と関西エリアの「朝日放送」が連携して共同番組を作成し、3つのエリアで放送をしていくこととし、「おらが故郷の小麦自慢」をテーマに10分間の番組（毎月1回）を10月から3月の間放送してラー麦ラーメンのPR強化を図ってきたところです。</p> <p>コムギケーション倶楽部と共同で国産小麦を使ってますステッカーを福岡県内「ラー麦」認証取得店を中心に配布して国産小麦を食べるアクションの目印にしていく取り組みを展開してきました。</p>
事業の成果	<p>① 現状では福岡県内のみで食べることができるラー麦であるが、今回の活動の中で県外進出を控えているラーメンチェーン等を番組紹介したことが全国展開に向けた後押しとなりました。</p> <p>② 福岡県でのラジオ聴取者数は113,880人と見込まれ全期間を通じて延べ1,936,000人が聴いたことになり、県内聴取エリア内人口6,760,000人の約3割となります。また、今年度の取り組みにおいては、福岡・関西・関東と連携した取り組みであり、3地区合計では約1千万人の人にラー麦の魅力が訴求できました。このような福岡ラー麦を県内のみならず関西、関東首都圏までアピールできたことは福岡県小麦業界にとって画期的な活動であったと認識しています。</p>

鹿児島県鹿児島市鴨池新町 14-3
鹿児島県産等小麦利用促進協議会

申請額	7,500,000円
交付決定額	5,834,000円
事業区分	PR活動事業
事業目的	生産者・製粉業者・二次加工業者など関係者が一体となって学校給食への県産・国内産小麦パンの利用拡大を進める鹿児島県産等小麦利用促進協議会として、その取組内容を広くPR活動することにより、これまでほとんど外国産小麦で作った学校給食用パンから県産等小麦を利用したパンに転換していくことで県産等小麦の利用促進を図っていくことを目的に実施してきました。
事業概要	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学校給食会への県産等小麦粉の無償配付(2回:600袋) 2. 小麦の生産からパンづくりまでのPRビデオの作成 3. 県産等小麦を使用したパンのPRイベントの開催(含む「日本の麦の底力 2015」) 4. 郷土の食材を使用した学校給食パン・市販パンの商品開発 5. パン製造技術講習会の開催 6. 生産拡大に向けた小麦種子代の助成 7. 小麦の生産状況検討会
事業の成果	<ol style="list-style-type: none"> 1. 県産等小麦粉を27年1月～2月において448袋を無償提供するとともに、有償による小麦粉提供も110袋(26年10月～12月)実施してきました。この結果、学校給食における県産等小麦粉の使用量も前年より約20%増加したところです。 2. 生産からパンづくりまでのPRビデオ「楽しく食べようふるさと生まれの小麦パン」を制作し鹿児島県内の小中学校に配布しました。この取り組みは、地元テレビでも紹介されたところです。 3. 26年7月23～24日に鹿児島市内で開催された「MBC夏まつり」に協議会のブースを出展して県産小麦パン1,200個を無償配付するとともに、27年1月16～17日に東京都池袋で開催された「日本の麦の底力 2015」に出展し県産小麦パン1,100個を無償配付してきました。 4. 26年8月7日・8日に日本パン技術研究所から講師を招きパン製造技術講習会を開催しました。 8月7日～講演会(25名参加) 8月8日～技術講習会(40名参加) 5. 県産小麦の生産拡大に向け種子代助成金を6農家に交付しました。(栽培面積26年度21ha → 27年度26ha 22%増)