



## 令和 7 年度 事業実績について（報告）

### ● 事業方針

- 大型イベント、輸出を契機とした産地 P R 及びブランド力向上
- 子ども、子育て世代への農業理解の深化

### ● 幹事会・協議会の開催

- |            |              |            |              |
|------------|--------------|------------|--------------|
| ・ 第 1 回幹事会 | 5 月 16 日（金）  | ・ 第 1 回協議会 | 5 月 19 日（月）  |
| ・ 第 2 回幹事会 | 11 月 19 日（水） | ・ 第 2 回協議会 | 11 月 20 日（木） |

<内容>

- ① 前年度事業実績及び収支決算報告、事業計画承認
- ② 前期事業実績報告、後期事業計画及び令和 8 年度事業の進め方承認



## 1 2025 豊田市農林畜産物品評会の開催

### (1) 品評会の実施

品目	出品数	実施日	会場
桃	18 (-1)	7 月 11 日	(株) フィールコーポレーション フィールリスタ店
なす	9 (-4)	8 月 22 日	トヨタ生活協同組合 メグリア本店
梨	17 (+2)	9 月 5 日	イオンスタイル豊田
いちじく	14 (+3)	9 月 12 日	トヨタ生活協同組合 メグリア本店
かぶせ茶	7 (±0)	9 月 14 日	豊田スタジアム（とよた産業フェスタ）
てん茶	8 (±0)		
しいたけ	6 (実施なし)	11 月 7 日	J A あいち豊田 グリーンセンター松平店
はくさい	7 (-1)	12 月 4 日	トヨタ生活協同組合 メグリア本店
サニーレタス	6 (-4)		
ねぎ	-	-	出品数を確保できず中止
いちご	6 (-1)	2 月 13 日	イオンスタイル豊田

※出品数のカッコ内は、前年との比較

**<効果・課題>**

- 初めて「フィールリスタ店」で品評会を開催し、新たな顧客に市内産農産物をPRする機会とした。
- これまで試食や消費者審査を通して、市民参加型の品評会を実施してきたが、新たに梨の部では入賞品の販売、冬野菜の部でははくさいなどを使用した鍋の振る舞いを同時開催したことで、より直接的にPRすることができた。
- 試食や販売ができない品目の品評会においては、市民を巻き込むための工夫が必要である。



**(2) 2025 豊田市農林畜産物品評会金賞授与式の開催**

《日 時》 令和8年3月12日(木)

《場 所》 あいち豊田農業協同組合本店 ふれあいホール

**【金賞受賞者一覧】**

品目	受賞者		品目	受賞者	
	住所	氏名		住所	氏名
桃	舞木町	加藤 明彦	かぶせ茶	豊栄町	石川 龍樹
なす	本新町	杉本 善紀	はくさい	御船町	加藤 靖信
梨	乙部町	那須 一徳	サニーレタス	拳母町	森田 賢
いちじく	西田町	佐藤 竹志	いちご	柘塚東町	都築 勇二
てん茶	豊栄町	石川 龍樹			



**2 とよたの農産物のブランド力向上**

**(1) トップアスリートや外部機関への特産品贈呈**

わがまちアスリートなどに対し、協議会から特産品のいちごや西瓜などを贈呈した。

**<取組実績>**

- ・パラ水泳 南井 瑛翔選手 (5月19日)
- ・卓球 篠塚 大登選手 (6月2日)
- ・相撲 中村部屋 (7月2日)



- ・デフバスケ 加藤 亮太選手（11月5日）
- ・デフ卓球 川口 功人選手（11月5日）
- ・デフサッカー 杉本 大地選手（11月5日）
- ・デフバレー 安田 晃斗選手（11月5日）
- ・ソフトボール レッドテリアーズ（12月8日）
- ・デフ陸上 湯上 剛輝選手（12月10日）
- ・デフサッカー 杉本 大地選手（12月10日）
- ・野球 増居 翔太選手（12月23日）
- ・スピードスケート 中島 未莉選手、平井 亜実選手、  
吉永 一貴選手、渡邊 碧選手（1月15日）
- ・デフ卓球 川口 功人選手（1月23日）
- ・スノーボード 木村 葵来選手（3月10日）

#### <効果・課題>

- 当協議会 Instagram への投稿やメディア露出により、市内外に向けたブランド農産物のPRにつながった。

### **（2）黄桃初出荷用化粧箱の制作（7月3日）**

初出荷時の高値取引を契機に、黄桃品種のPRと盆後の品種の単価底上げによる農家所得向上を目指し、豊田森林組合が作成した化粧箱に小原地区特産の和紙を敷き詰めて黄桃を出荷した。

### **（3）第11回とよた絶品スイーツフェア（7月21日）@ホテルトヨタキャッスル**

豊田プレミアムスイーツクラブと連携し、市内産農産物を使用したスイーツを提供することで、若者世代や子育て世代への地産地食の推進や、桃や抹茶など旬のブランド農産物をPRした。 ※参加者：320人（小学生以下の子ども：88人）

#### <開催内容>

- 【イートイン】焼きたて・揚げたて・作りたてを楽しむスペシャルスイーツ（市内産農産物を使用したディップ7種、和洋素材7種）、つきたて餅
- 【テイクアウト】市内産農産物を使用した和洋混合オリジナルスイーツBOX
- 【その他】桃の直売、和菓子作り体験、洋菓子作り体験（新）、スイーツクラブで使える金券が当たる抽選会などを実施

#### <効果・課題>

- 祝日に開催日に戻したことやSNSでの啓発に力を入れたことで、チケットはほぼ完売であった。スイーツを通して、とよたの旬の農産物PRにつながった。
- ホテルの使用料やこれまでの開催実績を踏まえ、来年度はより効果的なPRを行うため、新たな形式で開催することを検討する。



#### (4) Samsung Galaxy presents TGC in あいち・なごや 2026

by TOKYO GIRLS COLLECTION (2月15日) @IGアリーナ【新規】

市内産農産物を使用した加工品をケータリングとして提供し、TGC に出演するモデルやインフルエンサーにPRを実施した。

事業者名	提供内容	使用農産物
(有)はっぴー農産	・グルテンフリーカットバウム	米粉
高香園	・手摘み抹茶の焼き菓子(フィナンシェ) ・高香ほうじ茶の焼き菓子(フィナンシェ)	抹茶、ほうじ茶

#### (5) 市公式 SNS アカウントと連携したPR

スイーツフェア、茶摘みボランティアなどの各イベント開催時期に合わせて情報発信を実施した。



### 3 地産地食の推進

#### (1) 地産地食応援店登録制度

市内産農産物及び加工品を取扱う店舗の情報収集を行い、応援店への登録を積極的に呼びかけた。

##### <登録店舗数>

新規登録店舗 15 店舗

年度	小売店	飲食店	累計
6	108 店舗	151 店舗	259 店舗
7	107 店舗	159 店舗	266 店舗



##### <効果・課題>

- 応援店は順調に増加しており、のぼり等の資材を活用した視覚によるPRや市民の市内産農産物を購入しやすい環境づくりを促進することができた。
- 事務局のみでの情報収集は限界があり、構成員においても新規店舗や参加意向のある店舗の情報があれば、事務局へ提供していただきたい。また、登録店舗との連携事業や応援店PRなどによる側面支援を一層進める必要がある。

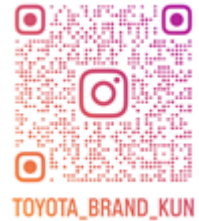
## (2) とよた農産物ブランドくん (Instagram) による情報発信

### <取組実績>

投稿回数：72回、フォロワー：1,520人 ※5月11日時点

### <効果・課題>

- 4月時点は780人だったが、各種イベントでInstagramを活用し、フォロワー数1,000人を達成することができた。また、アカウントの認知度向上によるイベントの普及啓発や農産物PRにもつながった。
- 新規フォロワーを獲得するだけでなく、フォロワー数を維持するためにも、普段の投稿において旬の情報をタイムリーに発信していく必要がある。



## (3) 他団体と連携したブランド製品のPR

市の関連イベントにて、当協議会から特産品である桃や加工品を贈呈した。

### <取組内容>

- ・東京事務所：愛知県記者クラブ7月例会（7月10日）  
THE PITCH 2025（12月24日）
- ・豊田市産業振興課：愛知県産業立地セミナー2025 in 大阪（8月5日）  
愛知県産業立地セミナー2025 in 東京（11月19日）
- ・豊田市学校給食協会：学校給食親子調理教室（7月31日、8月1日）

## (4) ボクらのフェスティバル（6月21日）@鞍ヶ池公園【新規】

これまでとは異なるアプローチで市民に市内産農産物をPRし、地産地食を推進するために、企画力のある豊田コンシェルジュと共催で実施した。（来場者：約1,000人）

### <開催内容>

- ・親子で楽しめる地産地食に関するクイズラリー
- ・旬の野菜をはじめとした物販コーナー
- ・農産物塗り絵、お絵描きコーナー
- ・先着100人に市内産野菜の詰め合わせプレゼント など

### <効果・課題>

- 企画や運営主体を豊田コンシェルジュに依頼したことで、少ない負担で市内産農産物、地産地食の推進をすることができた。また、SNSのフォロワーが多い団体であるため、イベント情報を広く周知できた。
- 企画案の共有やチラシの作成などが当初スケジュールより遅れていたため、事前調整は密に行う必要がある。



## (5) 農産物直売所スタンプラリー (7月5日～9月24日)

豊田市農産物直売所連絡協議会と連携し、市内の農産物直売所の認知度向上及び直売所の利用による地産地食を推進するために、ビンゴ形式に配置された直売所を巡り、スタンプを集め、集めたスタンプ数やビンゴ数に応じて抽選に応募できるスタンプラリーを実施した。

### <応募実績>

参加人数：273人 (昨年比 97%)

応募総数：2,060件 (昨年比 100%)

### <効果・課題>

- スタンプラリーを通して、市全域の直売所を巡る動機づけや市内直売所の認知度向上につなげることができた。
- 営業日や営業時間が限られている店舗もあるため、開催期間を伸ばすことを検討する。



## (6) 野菜をたべよう地産地食デジタルスタンプラリー (8月1日～9月30日)

健康づくり応援課及び食品衛生協会と連携し、野菜をメインにしたメニュー又は市内産農畜産物を使用したメニューを提供する飲食店、小売店を巡るデジタルスタンプラリーを実施した。また、賞品に特産品を提供し、市内産農産物をPRした。

### <取組実績>

応募件数：203件 (昨年比 61%)

### <効果・課題>

- イベントを機に新たな地産地食応援店の増加及び市内産農産物のメニュー及び賞品への活用により認知度向上につながった。
- 二次元バーコードを店舗掲示ではなく、対象メニューを注文した方に案内する手間があったことから参加店舗数が伸び悩んだ。



## (7) 食べまい豊田のお米プロジェクト

### ・新米出荷式 (8月28日) @JAあいち豊田前林集出荷場

令和7年産の新米「コシヒカリ」の出荷にあわせて、JAあいち豊田前林集出荷場で出荷式を実施した。式典には、あいち豊田農業協同組合 代表理事組合長やトヨタ生活協同組合理事長、豊田市長らが出席し、新米の試食やテープカットを行った。

### ・豊田市産新米の試食販売 (9月1日～2日、10月26日～27日) @メグリア本店

メグリア本店でJAあいち豊田の宣伝部長「こめったくん」ととよたPR大使が「コシヒカリ」等の新米の試食を提供しながらPRを実施した。

### ・食べまい豊田のお米キャンペーン (10月26日～11月30日)

期間中に新米を購入した方に対し、抽選で特産品が当たるキャンペーンをJAあいち豊田とトヨタ生活協同組合との共同事業として実施した。

<取組実績>

応募件数：331件（昨年比65%）

<効果・課題>

- お米への関心が高い時期であり、市内産米のPR及び購入促進に寄与した。
- 更なる応募数の増加、購入拡大に向けたPR手法を検討する。



**(8) めっ茶！抹茶マルシェ（10月18日～19日）@メグリア本店**

メグリア本店おまつり広場にて、お茶や抹茶をテーマにマルシェを開催した。また、事務局イベントとして、お茶に関連する商品やマルシェ内で使用できる割引券などが当たる抽選会を実施した。

<出店者及び実績>

Instagram フォロワー46人増加

出店者	出品物	売上
碧園お茶の純平	抹茶バターケーキ、抹茶羊羹など	約 344,000 円
足助まいど商店	抹茶塩、碾茶塩、生さぶれなど	
いしかわ製茶	オーガニックかぶせ茶、手揉み抹茶のグリーンティーなど	
パン工房ボンシャンテ	抹茶ラスク、ほうじ茶ラスクなど	
55DONUT	抹茶チョコ、抹茶あんこクリームなどのドーナッツ各種	

<効果・課題>

- 抽選会の景品にマルシェ内で使用できる割引券を用意したことで、マルシェに人が流れやすくなり、集客や売上につながり、地産地食を推進することができた。
- 抽選会は両日とも正午過ぎには終了したため、午前と午後の2部制にして実施するなどの工夫をしていく。



**(9) 畑の恵み！鍋パーティー (12月4日～5日) @メグリア本店【新規】**

三菱 UFJ 銀行の地域貢献活動として当協議会と連携し、品評会「冬の部」を盛り上げる企画として、彩花亭による旬のはくさいやねぎ、とよたひまわりポークを使用した鍋の振る舞いを行った。また、メグリア本店とも連携し、はくさいの即売会も同時開催した。

**<取組実績>**

- 鍋振る舞い数：各日 100 食
- 消費者投票：87 人
- はくさい販売数：70 玉

**<効果・課題>**

- 消費者賞の参加人数は過去最多であり、即売会だけでなく、品評会に合わせたイベント実施の有効性を確認することができた。
- 他品目でも実施できる手法を検討していく。



**(10) Winter Princess Project (1月11日～25日) @コモ・スクエア WEST**

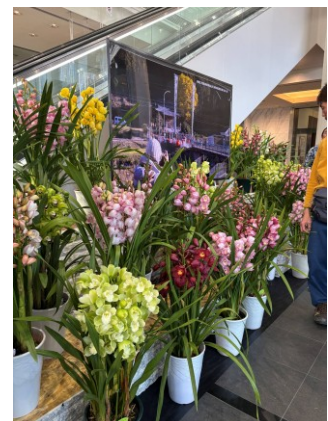
豊田花き園芸組合、JAあいち豊田花き振興会、豊田北高校の華道部と連携し、コモ・スクエア WEST 1 階共用スペースで、シンビジウム (40 鉢) や鉢花 (50 鉢) を展示した。また、豊田北高校の華道部が作成する花のオブジェの展示及びフォトコンテストを開催した。

**<取組実績>**

- 応募件数：3 件 (昨年比+ 2 件)

**<効果・課題>**

- 高校生の視点を取り入れた花のオブジェを新たに展示したことで、来場者の目を引く展示となった。また、高校生との連携により、若い世代にシンビジウムの PR に加え、イベント全体の認知度向上にもつながった。
- これまでにないメディアの取材を多数受け、来場者数の増加にはつながったものの、フォトコンテストの応募件数の増加にはつながらなかった。SNS を使用した応募のハードルの高さや、シンビジウムの主な訴求層が比較的高年齢であることが要因と考えられる。今後は、SNS の活用や応募方法の簡略化など、参加しやすい仕組みを検討する。また、引き続き若い視点を取り入れるため、高校生との連携を継続していく。



### (1 1) 謎解きクイズラリー (1月12日~2月28日) @コモ・スクエア WEST ほか【新規】

冬の農閑期に、市内産農産物をPRする新たな手法として、豊田市駅周辺の施設を巡りながら謎解きをし、すべての謎を解くと抽選でとよたの農産物が当たるクイズラリーを実施した。

#### <取組実績>

応募件数：335件（登録者：580人、最終回答到達者：481人）

#### <効果・課題>

- 参加者が豊田市駅周辺の施設を周遊しながら、とよたの農産物をテーマにした謎を解くことで、市内産農産物への理解や認知度向上につなげることができた。また、ウィンター・プリンセス・プロジェクトの実施時期とも合わせたことで、相互に来場促進を図った。
- 実際に周遊した施設（コモ・スクエア、豊田市博物館、豊田市美術館）が、とよたの農産物と関連性が薄いため、施設との関連性を強めることも検討する。



### (1 2) WE LOVE とよた教育プログラムとの連携

農業分野と連携を希望する小中学校に実施内容の提案、講師の紹介を実施した。

- ① テーマ：カントリーエレベーター見学 (11月17日)  
参加者：九久平小学校5年生 講師：JAあいち豊田
- ② テーマ：茶の湯体験 (12月10日)  
参加者：寺部小学校6年生 講師：豊田市茶業組合



## 4 輸出支援

### (1) 輸出実績

#### ① 桃【ゴールデンピーチなど】

輸出先：香港、シンガポール

輸出量：1,965kg（前年比+899kg）

販売額：1,825,100円（前年比+915,300円）

#### ② 梨【あきづき、愛甘水、豊水、新高など】

輸出先：香港

輸出量：1,303kg（前年同時期比+641kg）

販売額：907,800円（前年同時期比+480,500円）

#### <概況>

- ・令和7年作桃梨は早期梅雨明け、猛暑の影響を受けて収穫適期が平年比4日~5日程度ずれ込んだことで、中秋節需要と概ね合致した。（2025年中華圏中秋節は10月6日）
- ・商社との面談回数、情報提供機会が多く得られ、取引数量増加の効果が得られた。
- ・GFP補助事業を活用し、桃（ゴールデンピーチ）赤秀品以下の取引拡大に向けた輸送実証試験及び、需要期に合わせた出荷体制実現に向け、貯蔵試験を実施した。

## (2) 輸出拡大に向けた愛宕梨パッケージの作成

アジア圏への愛宕梨輸出を見据え、赤色や金色を使用した贈答品用パッケージを作成した。



## (3) 愛知うまいものフェア（12月19日～21日）

J A あいち豊田、J A 豊橋、J A 愛知みなみと連携して PPIH（DON DON DONKI）の海外小売店舗（シンガポール、香港、グアム）計 11 店舗で愛知県フェアを開催し、シンガポール、香港の店舗で愛宕梨を販売した。

### <出荷実績>

出荷量：90kg、出荷額：73,200 円

## (4) 輸出に取り組む農業者等への支援

「とよた農産物輸出推進事業助成金」により、輸出に取り組む茶農家に対し、輸出に関するサンプル費、商談会参加費、輸出に係る資格や認証にかかる費用を支援した。

### <効果・課題>

- 輸出拡大に取り組む農業者の負担軽減。挑戦的取組の動機づけができた。
- 事業周知を強化する。

## (5) 豊田市農産物輸出推進戦略の策定

【別添資料】

農家所得向上を目的に、市内産農産物の海外販路開拓を図るため、現状や課題、ニーズ等を把握した上でブランドとしての強みを見極め、今後の事業の指針に活用する輸出推進戦略を策定した。



## 5 イベント出展

### (1) とよたサマーチャレンジ（7月13日）@豊田市環境学習施設エコット【新規】

国際首長フォーラム（IMF）の豊田市開催を契機に、未来都市推進課が開催したイベントで、SDG sの一環である地産地消の推進、市内産農産物のPRを目的に出店した。事務局イベントとして、SDG sに関連した〇×クイズを実施し、参加者かつInstagramのフォロワーに出店店舗で使用できる割引券を配布した。

### <出店者及び実績>

Instagram フォロワー75人増加

出店者	出品物	売上
戸田フルーツ	・市内産いちごスムージー ・パインマンゴースムージー ・ベリースムージー	約 145,000 円
(有) はっぴー農産	・市内産米粉のバウムクーヘン ・チーズインバウム、マフィン ・桃の販売	

### <効果・課題>

- 未来都市推進課が主催するイベントに出店したが、自前のイベントと遜色ない効果が得られたため、今後も連携できる所属とのつながりを強化していきたい。
- 暑さの厳しい時期であったことから、スムージーの販売に挑戦したが、保健所などでの申請が複雑であり、今後出店者や出品物を選定する上で良い経験になった。



### (2) とよた産業フェスタ (9月13日~14日) @豊田スタジアム

親子をターゲットに、市内産農産物のPRとInstagramのフォロワー獲得を目的に、農産物人気投票とストラックアウトに挑戦して桃や梨などが当たる抽選会を実施した。

#### <農林マーケット来客数及び売上>

	9月13日(土)	9月14日(日)	合計	前年比
来客数	2,663人	3,553人	6,216人	約69%
総売上	1,368,750円	1,778,570円	3,147,320円	約81%

#### <農林マーケット出展者及び出展内容>

NO	団体名	品目
1	NPO 法人豊田・加茂菜の花プロジェクト	ねぎ、なのはな油、なのはな醤油など
2	豊田みよし4Hクラブ	米、茶、ねぎ
3	株式会社三州足助公社 百年草事業部	炭焼きフランクフルト、手作りパン
4	松平観光協会	とよたの桃ゼリー、和菓子、洋菓子など
5	豊田鉄工株式会社	ベビーリーフピネガー、白なす
6	上坂商店	五平餅
7	J A あいち豊田 梨部会	梨
8	餅神商店 もものみせ	つきたて餅、切り餅、焼きもちなど
9	石野竹工芸グループ	ざる、竹バック、竹の盛り籠など
10	豊田農ライフの会	農作物、果樹
11	大野瀬加工場	五平餅
12	(有) おど観光やな	鮎の塩焼き、鮎飯
13	ブルーベリーのみち	ブルーベリー、ブルーベリー米粉クレープなど
14	豊田市畜産振興会	豚串、牛串、フランクフルトなど
15	豊田市茶業組合	お茶
16	豊田森林組合	市産材を使用した木製品
17	みのわ食堂	鮎の塩焼き、鮎ごはん
18	農村輝きネット・豊田加茂	五平餅、野菜・花、漬物(梅干し・かす漬)など

※太字は、当協議会の構成員

## <効果・課題>

- とよた農産物ブランドくんの Instagram のフォロワーは 180 人増加し、2 日間で多くのフォロワーを獲得することができた。また、ターゲット層である子どもとその親に市内産農産物を PR することにつながった。
- 今回はインターン生がいたからこそこのイベント内容であったが、運営に人手と時間を要したため、今後のイベント企画においても人手や回転率を意識していきたい。



## 6 WRC 関連事業

(1) 農産物直売所スタンプラリー (再掲) にラリー賞として WRC 観戦チケットを提供

(2) WRC 初日のレセプションでの愛宕梨の提供 (11月6日) 【新規】

WRC初日の夜、ホテルトヨタキャッスルでレセプションが開催された。同日の朝にジャンボ梨コンテストが開催されることを鑑み、レセプションで愛宕梨を提供した。

(3) とよた冬のパンマルシェ (1月24日~25日) @メグリア本店

市内パン屋 13 店舗が出店し、市内産農産物を使用したこだわりパンや焼き菓子を販売した。事務局ブースでは市内産農産物に関するクイズや Instagram フォローキャンペーンを実施した。

### <販売実績> 2 日間合計

売上 1,439,203 円 / 購入者数 1,469 人

Instagram フォロワー 182 人増



出店日	事業者	使用市内産農産物
両日	豊田市博物館ミュージアムカフェ mitsubachi	はちみつ
	バーバラはうす	ブルーベリー
	ダーシエンカ	はちみつ、ブルーベリー
24日	City Cafe'	卵
	オリーヴァエテルナ	いちじく
	シフォンのもり	米粉
	knot	エディブルフラワー
	coffee & bakery ZELKOVA	抹茶
25日	サヴォアのお菓子と料理 nitta	卵
	(株)どんぐりの里いなぶ	米粉
	55DONUT	抹茶
	えりママの手作りパン屋さん	栗、米粉、卵
	パン工房ボンシャンテ	抹茶、ほうじ茶

#### <効果・課題>

○ターゲットとしていた主婦層の呼び込みに成功し、市内産農産物を PR できたほか、両日ともに開始 1 時間半程度でほとんどの商品が売り切れるなど注目度の高いイベントとすることができた。

- 売り切れが発生してしまう一方で、販売できるパンの量は限られているため、イベント時間を短縮することで商品が完売してしまっている時間を短くする。

#### (4) とよた春のパンマルシェ開催協力 (3月15日) @T-FACE ペDESTリアンデッキ【新規】

T-FACE と連携し、ペDESTリアンデッキ開通記念イベントとして出店店舗の募集及び農産物 PR ブースとして出店し、パンマルシェの開催協力を行った。

#### <販売実績>

売上 448,648 円 / 購入者数 482 人

Instagram フォロワー 62 人増