

# ときわにんにく 出発！

## 統一ロゴでブランド力強化

～ときわにんにく初出荷式～

当J Aときわにんにく部会（対馬伸吾部会長）は、出荷用ダンボールのデザインを変更しました。その他、ラベルや販促物などを新たなロゴマークで統一し、ブランド力強化をめざします。

新ロゴマークは藤崎町の地方創生事業「ふじさき地域デザインLABO」で「ときわにんにく」のブランド化推進の一環で、行政より同部会に参画を依頼されました。同事業に参画してデザインを決めて使用することになりました。

対馬部会長は「新しいロゴは、他生産地との違いや生産者のこだわりが伝わるようなデザインにした。今後は、『ときわにんにく』を多くの消費者に知ってもらえるよう、新しいロゴを活用した販売活動を積極的に展開していきたい」と話しました。

これまでは、出荷用ダンボール、ラベル、販促物などデザインに統一感がなかったため、統一して新ロゴマークを使用することで、消費者への認知度向上につなげます。

同部会は8月3日、常盤にんにくセンターで令和2年産「ときわにんにく」の初出荷を記念した出発式を開き、部会員ら約60人が新ロゴマークのにんにく100箱（1箱／10kg）の初出荷を見送りました。

常盤地区を中心に栽培されている「ときわにんにく」は、徹底した品質管理と厳しい選果基準で市場に知られています。商品名に冠した【常盤】は商標登録を取得していますが、更なるブランド確立に向けて地域団体商標登録を出願中です。また同町の飲食店へにんにくの一次加工品のサンプルを提供し、地域内の知名度向上にも期待します。

# ときわにんにく



青森県産

農家のこだわりを表現したロゴマーク



新デザインに期待をのせる部会員



挨拶をする対馬部会長

常盤青果センターの担当者は「10月まで高値でその後徐々に落込み、保合（もちあい）相場で推移。販売後半は新型コロナウイルス感染拡大の影響で、業務需要が落ち込むもスタミナ商材として家庭内消費が伸び、好調な販売となった」と状況を報告しました。

## スタミナ食品としての需要アップ

～令和元年産ときわにんにく販売報告会～

ときわにんにく部会（対馬伸吾部会長）は7月10日、常盤基幹支店で令和元年産ときわにんにく販売報告会を開きました。生産者や市場関係者ら40人が出席し、販売金額3億7000万円（前年比77%）になったことを報告しました。

ハウス、露地、加工用を合わせた総出荷数量は363.5ト（同比100%）で、1kg当たりの平均単価は1023円（同比77%）となりました。