

# にいがたフード・ブランド通信



第11号 平成21年3月30日発行

日ごとに暖かさを増し春めいてきましたが、皆様はいかがお過ごしでしょうか。今号のブランド通信では、ブランド戦略実践組織（協議会）の取組や、「観光との連携」を中心にお伝えします。

## ブランド戦略実践組織（協議会）の活動報告 ～ 南蛮エビ、ヤナギガレイのギフト商品を開発 ～

今年度は、全品目で生産者及び生産者団体等によるブランド戦略実践組織（協議会）が立ち上がり、戦略に基づく品質管理や販売促進の取組を進めてきましたが、活動の成果が徐々にあらわれはじめました。

今回はその中から、南蛮エビブランド化推進協議会とヤナギガレイブランド化推進協議会が主体となり新たに開発したギフト商品をご紹介します。

商品名：「佐渡南蛮エビセット」

セット内容：活南蛮エビ5尾、生鮮南蛮エビ 250g

価格：3,500円（消費税・送料込み）



### ★開発のねらい

ブランドのイメージリーダーとなる商品を創出するため、南蛮エビブランド化推進協議会が新潟県佐渡海洋深層水㈱の協力を得て、産地の新鮮さをそのままお届けできるギフト商品「佐渡南蛮エビセット」を開発しました。

### ★商品の特徴

活きたままの南蛮エビ（活南蛮エビ）と生鮮南蛮エビをセットでお届けします。活南蛮エビで驚きの美しさと鮮度を、生鮮南蛮エビで美味しさをお楽しみいただけます。活南蛮エビの鮮やかな赤色の美しさがお客様に伝わるよう、輸送容器として、透明ボトルを新たに開発しました。

### ★生産方法及び生産体制

佐渡海洋深層水施設で蓄養している活南蛮エビと、発送当日にエビ籠漁業者が漁獲した生鮮南蛮エビを、新潟県佐渡海洋深層水㈱が箱詰めし販売しています。同社と漁協が密接に連携することで、新鮮な南蛮エビをお届けできるようにしています。

### ★生産にあたっての工夫

活南蛮エビの安定確保に向け、県水産海洋研究所を中心に効率的な蓄養方法を工夫、検討しています。

### ★販売体制等

販売シーズンは11月から翌年5月頃までです。佐渡海洋深層水分水施設のHP（<http://www.sado-dsw.com/>）上で販売しているほか、万代島の鮮魚センターでも注文を受付けています。今後は、各種カタログでも販売していく予定です。

商品名：「越後柳カレイ」

セット内容：ヤナギガレイ 3尾(各 120g)またはヤナギガレイ 5尾(各 100g)

価格：5,000円(消費税別、送料込み)

#### ★開発のねらい

「希少で高級」なイメージを浸透させるため、ヤナギガレイブランド化推進協議会が「高品質一夜干し」のギフト商品「越後柳カレイ」を開発しました。

#### ★商品の特徴

10月から12月に漁獲されるヤナギガレイは、1年のうちで最も多く旨味成分を含みます。そこで、協議会ではこの時期のヤナギガレイを原材料とし、大きさは120gまたは100gであることを商品規格としました。また、ヤナギガレイが持つ上品なイメージを損なわぬよう、高級感を表現したパッケージを新たに開発しました。昨年末に、季節限定商品として新潟漁業協同組合が試験販売し、お客様からは、「おいしい」「また購入したい」と好評をいただいています。

#### ★生産方法及び生産体制

品質のムラをなくすため、県水産海洋研究所と協力し試作を重ねて作成した「一夜干しの加工マニュアル」をもとに生産しています。水揚げされた港で鮮度の良いうちに加工し、直送にてお届けします。

#### ★販売体制等

次期シーズンも、新潟漁業協同組合や万代島の鮮魚センターで販売する予定です。また、各種ギフトカタログでの取扱いを目指し、働きかけを行っています。



## 「湯田上温泉 SWEETS 計画」

～ ル レクチエを使ったオリジナルスイーツを創作 ～



ブランド戦略上、「観光との連携」も重要です。来県した観光客にブランド品目を食べていただき、口コミ等による県外への広がりを図ろうとするもので、観光旅館等でのメニュー提供は、「産地の雰囲気を感じながら味わえる」という点で最も効果的と言えます。

このたび、湯田上温泉の旅館4軒では地元のル レクチエ生産者と連携し、期間限定でオリジナルスイーツの提供を行いました。

この取組の中心となったホテル小柳の野沢取締役専務にお話を伺いました。

Q 取組の概要を教えてください。

A 田上町は果樹に恵まれた地域で、季節ごとに様々なフルーツを味わうことができますが、地元の旅館としてなかなか有効に利用できていないのが実情でした。また、規格外の果物の破棄が予想以上に多いことと、県の「にいがたフード・ブランド」の取組を知ったこともあり、田上町産フルーツの有効活用等に真剣に取り組んでいこうと始めたのが、この「SWEETS計画」です。

第1弾として、地元のル レクチエ生産者と連携し、アドバイザーを招いた勉強会の内容もふまえて、各旅館がオリジナルスイーツを創作しました。



ホテル小柳 野沢取締役専務

**Q 生産者との連携はどのように行いましたか？**

**A** 生産者の方から、規格外のル レクチエをJAの選果場まで持ってきてもらい、私が選果場までそれを取りに行き、各旅館に配るという体制をとりました。生産者の方から旅館まで持ってきてもらうこともできますが、旅館側から歩み寄る姿勢が重要だと感じたため、このような体制にしました。

**Q お客様の反応は？**

**A** ル レクチエを生で買うことはあっても、旅館でスイーツとして食べる機会はありません。新しい食べ方としてお客様からは好評をいただきました。

**Q 取組を行っての収穫と今後の展開を教えてください。**

**A** 生産者の方からは、「ル レクチエを生産するだけではなく、いかに使っていただき、いかにブランド化に取り組んでいくかが重要」という力強い言葉をいただきました。調理場もその情熱を感じ、各旅館の独自のアイデアが詰まった他では味わえない特別なスイーツを作ることができました。



今後は、3月から6月まで越後姫を使ったオリジナルスイーツを提供し、その後も、季節毎の旬の食材（梅、枝豆、桃など）を使ったスイーツの提供を計画していますので、ぜひ一度、湯田上温泉でお召し上がりください。

各旅館で提供されたオリジナルスイーツの一例  
「ル レクチエアイス&ル レクチエのクレープ」

## 新着ニュース！

### ◆ 地域ブランド調査結果発表

～ 購入経験者の満足度ランキングで新潟茶豆が2位に！～

日経リサーチが実施した2008年「地域ブランド戦略サーベイ」で、全国各地の名産品390ブランドの総合評価が明らかになり、その調査中、実際に名産品を購入したことがある人の満足度を調べたランキングにおいて、「新潟茶豆」が第2位に入りました。今回の調査で「新潟茶豆」の総合ランキングは322位と低かったものの、購入者満足度のランキングでは上位に挙げられ、今後、認知度や購入経験者を増やしてブランドを浸透させていくことで、全国ブランドにも成長する可能性があることが改めてわかりました。

### ◆ サッポロビールのプレゼントキャンペーン賞品に新潟県産黒埼茶豆が選ばれる！

サッポロビールが3月30日（月）から6月8日（月）まで実施する、「当たる！わが家で繁盛店の生 焼き焼き！プレゼント」キャンペーンの賞品に、ビールと一緒に楽しんでもらいたい厳選素材の食材として、「新潟県産黒埼茶豆」が選ばれました。

このプレゼントキャンペーンは全国規模で行われ、当選者数が9,000名に上るため、新潟県産茶豆の全国レベルでの認知度向上が期待されます。

◆ 観光・グルメ雑誌『東北じゃらん』に越後姫を使ったロールケーキが特集で掲載！



『東北じゃらん』2009年4月号（2月28日発売）で、越後姫と米粉を使ったロールケーキの特集が組まれました。

このロールケーキは、これから旬を迎える越後姫と、新潟県が開発した微細製粉技術により作られた米粉を使ったオリジナルスイーツで、県内の洋菓子店12店舗において、3月1日（日）から5月中旬まで期間限定で販売されています。



◆ にいがたフード・ブランドHPに、ブランド製品を使用した加工食品及びメニュー取扱店リストを掲載！

にいがたフード・ブランドを県民の皆様や県外からの観光客の皆様に広く知っていただくことを目的として、ブランド製品を使用した加工食品や飲食店等のメニューに関する情報をHPに掲載しました。

情報の募集も常時行っておりますので、詳しくは下記アドレスをご覧ください。

【リスト及び募集案内はこちらから】

[http://www.pref.niigata.lg.jp/syokuhin/brand\\_processedfoods.html](http://www.pref.niigata.lg.jp/syokuhin/brand_processedfoods.html)

## 最終号にあたって

平成18年度の創刊以来、このブランド通信では、ブランド化の意義や、先進地の取組事例、生産者の皆様や実需者の方々の意見、さらには、産地見学会や食材提案会などの様々な取組をお伝えしてまいりました。

平成20年度には、ブランド8品目の全てにおいて、生産者の皆様や生産者団体などからなる協議会組織が立ち上がり、ブランド戦略に基づく実践活動が本格的にスタートしております。

このため、今後のブランド化の取組に関する情報提供は、品目毎にターゲットや取組進度等が異なることなどから、県が統一的に行う「ブランド通信」ではなく、体制が整った協議会を通じて行う段階にきたものと判断し、「ブランド通信」をしばらくお休みさせていただくことにいたしました。

もちろん、フード・ブランド事業は引き続き継続していることから、県のホームページや各種会合等の機会を捉えて、ブランド化の取組状況をお伝えしていきますので、よろしくお祈りいたします。

今までのご愛読に改めて感謝申し上げます。

### 編集後記

これまでご愛読いただきまして、どうもありがとうございます。

引き続きブランド化に向け、共に取り組んでいきたいと思います！（緑）

発行：新潟県農林水産部食品・流通課  
販売戦略班

〒950-8570 新潟市中央区新光町4番地1

電話 025-280-5305

FAX 025-280-5548