

にいがたフード・ブランド通信



第3号 平成19年3月9日発行

日に日に春が近づいていますが、皆様はいかがお過ごしでしょうか。
今回で3号となるブランド通信ですが、各部会で検討いただいたブランド・ストーリーをテーマにご紹介します。

品目別ブランド確立推進部会報告 ~ブランド・ストーリーを考える~

全国でブランドとして認知されている農林水産物には、単に「おいしい」「見栄えがよい」だけでなく、語り継がれるネタ、いわゆる「物語性(ブランド・ストーリー)」が存在します。

例えば、前号でご紹介した大分県佐賀関の「関あじ、関さば」の場合は、

魚に傷をつけない漁法

- ・ 撒き餌を使わず疑似餌で一本釣り

独自の鮮度管理

- ・ いけすでストレスを発散

徹底したブランド管理

- ・ 一匹毎に商標マークのタグを添付
- ・ 佐賀関漁協から購入している全国の料理店に「関あじ・関さば特約加盟店」と書いた看板を提示

物語性

- ・ 魚を宝石のように扱う漁法
- ・ 政治評論家「藤原弘達」氏が絶賛
- ・ 高級料亭等の評価が口コミで拡散

また、宮崎マンゴー「太陽のタマゴ」の場合は、

こだわり栽培

- ・ 樹上で完熟させ、自然落下をネット収穫
- ・ 量より質を追求

差別化とブランド管理

- ・ 糖度センサーによる厳選
- ・ 一定の糖度、重量、色を有するものだけを「太陽のタマゴ」(商標)として出荷
- ・ 県の商品ブランドとして認証

物語性

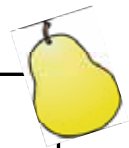
- ・ 作り手の想いが伝わる1玉毎の丁寧な栽培
- ・ 厳選と品質保証
- ・ 高級果物としての地位確立

これらから、学ぶべきことは、以下のとおりです。

消費者に自信を持って商品をお届けするための“こだわり”がある
妥協を許さない徹底した品質管理と品質保証に日々取り組んでいる
「一本釣り」「完熟、自然落下、ネット収穫」などわかりやすい言葉で産地の
取組がイメージできる(他人に伝えたい“ものがたり”がある)

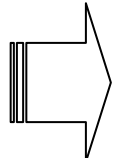
それでは、我々がブランド化を目指す4品目については、どのような可能性があるのでしょうか？ 品目別ブランド確立推進部会では、以下のポイントにより整理しました。

「ル レクチエ」の場合



ストーリーの構成要素

ギフトとして通用する高級果物
 ・ラ・フランスとは別格の商品性
 ・ブライイト、芳醇、とろける舌触り
 フランスを発祥とする百年の歴史的背景
 「幻の西洋なし」を作りこなせる高い技術
 地域、期間限定品
 厳選による品質保証



課題

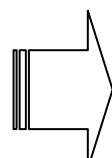
- ・商品コンセプトの統一
- ・販路の選定
- ・ブランド基準による厳選
- ・流通、販売店、消費者に対する扱い方、食べ方の情報提供

「越後姫」の場合



ストーリーの構成要素

冬と春、2つの個性と旬
 じっくりと2か月もの時間をかけて育てられた「大粒でジューシーな“冬”越後姫」
 紫外線の多い時期に出荷される「みずみずしい色でビタミンCの豊富な“春”越後姫」
 美容・健康志向、子育て世代の女性をターゲット



課題

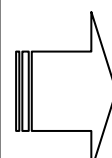
- ・冬と春2つの個性に合った販路開拓
- ・ブランド基準による厳選
- ・輸送方法の確立
- ・女性をターゲットとした情報提供

「にいがた和牛」の場合



ストーリーの構成要素

コシヒカリの稲わらなど良質な飼料で育つ
 新潟の厳しい自然環境で育った美味しさ
 肥育名人の心と技による丹精込めた肥育
 全国の品評会で2回、全国1位を受賞
 鎌倉時代の「越後牛」や山古志の闘牛の歴史
 コクがありまるやか、さっぱりとした旨味



課題

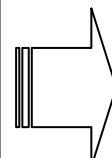
- ・肥育基準の統一
- ・ブランド基準による厳選
- ・物語の情報発信
- ・取扱店の認証拡大
- ・和牛弁当等の開発による話題喚起

「佐渡寒ブリ」の場合



ストーリーの構成要素

漁期一番、美味しさ一番、鮮度一番。
 寒ブリの季節は佐渡からはじまる。
 天然で、旬の旬たる美味しさ
 10 kg超の大ブリの中から、特に脂が乗って美味しいものを漁師が厳選
 海洋深層水氷を利用した鮮度保持



課題

- ・観光キャンペーンと一体となった情報発信
- ・鮮度保持技術の確立
- ・ブランド基準による厳選
- ・ブランド管理体制

ご覧のように、4品目がブランドとして認知される“下地”は揃っています。ストーリーで最も大事な要素は「産地ならではの“こだわり”と“品質保証”」。生産者の皆様一人一人が、課題を克服し、ストーリーを完成させた時・・・ブランドは誕生します。

先進地事例紹介コーナー ～岐阜県 飛騨牛～

全国には229*の銘柄牛肉があります。そのひとつに「にいがた和牛」と同様に県内関係者が一体となってブランド化に取り組んでいる「飛騨牛」があります。

「飛騨牛」は、名古屋圏を中心とした地産地消や飛騨高山、下呂温泉などの観光地と結びついた販売戦略で、高い認知度が得られ、高値で取引されています。

その取組について、飛騨牛銘柄推進協議会の方々にお話を伺いました。

* 出典：銘柄牛肉ハンドブック 2005（財）日本食肉消費総合センター発行

飛騨牛とは

昭和63年に飛騨牛銘柄推進協議会を設立し、県内統一ブランド「飛騨牛」がスタートしました。

当初は肉質等級最高ランクの5等級のみとしていましたが、流通量を多くして、食肉業者が多様な需要に応えられるよう、平成14年に定義を変更し、4等級、3等級まで裾野を広げました。

この結果、「飛騨牛」は平成13年度の1,700頭から17年度の1万頭に増加し、認知されることになりました。

地産地消

岐阜や愛知を中心に銘柄化を進めてきました。名古屋圏は、車はトヨタ、新聞は中日新聞、野球はドラゴンズといった地元嗜好の文化で、親元から近い核家族が多く、週末は3世代で集まって美味しいものを食べる生活スタイル。また、車社会でラジオの文化が定着していることから、普及宣伝はラジオCMが効果的でした。

消費拡大には、地元の食肉業者や販売店が、消費地へのルート開拓を行うとともに、岐阜・愛知は製造業が盛んですので、地元の企業が、クール便開始を追い風に社用として使うギフト商品の定着を進めてくれたことが大きな力となりました。

東京や大阪への発信は岐阜から

販促のポスターやパンフレットには、飛騨高山や木曾御岳、白川郷などの風景写真を用い、観光地との結びつきを強めています。今では、旅館や料理店がこぞって使ってくれています。そこで体験した旅行者の口コミで「飛騨牛」ブランドが広まっていきました。

品質を裏付ける牛づくり

岐阜県産の子牛は、優秀な血統で全国に高値で買われています。この血統は昭和56年に兵庫県から導入した「安福」号に由来しています。平成14年に開かれた和牛のオリンピック「全国和牛能力共進会」で、名誉賞となった牛や1頭4千4百万円でセリ落とされた最優秀枝肉賞の牛もこの血統を受け継ぎます。この名牛が当時の生産者に元気を与え、今も「飛騨牛」の品質を守り育てています。



等級別シール（金、銀、白）



高品質を訴求する看板が並ぶ



古い町並みに飛騨牛串焼（高山）



「安福」号の銅像

新着ニュース ～グルメ雑誌『dancyu』にブランド品目が登場～

1月24日～25日、グルメ雑誌『dancyu』の取材班が新潟県を訪れ、ブランド品目である「にいがた和牛」、「越後姫」等の取材を各地で行いました。今回は、この取材の様子をご紹介します。

県では、『dancyu』のように、食にこだわる人をターゲットにする雑誌等もうまく活用しながら、効果的にブランド品目のPRを進めていきたいと考えています。

dancyu (ダンチュウ) とは？

1990年に日本初の本格的な食のエンターテインメントマガジンとして創刊。時代の大きな潮流である本物志向をベースに「食」の豊かさ・楽しさを追求。料理のプロや流通関係者も含めて、「食」にこだわる人々に最も信頼されるメディアの一つ。発行部数は105,000部で書店・コンビニエンスストア等で販売。メイン読者は30代～50代の既婚者。



2006.11月号

にいがた和牛、越後姫

「にいがた和牛」の誌面取材では、販売店である村上市の「やま信」と長岡市畜産農家の田口正一さんの牛舎に伺い、「にいがた和牛」の美味しさの特徴である「脂の違い」や良質な肉質を育むための安全で上質な飼料を与えて肥育するこだわりを説明してもらいました。

また、「越後姫」の取材では、新発田市の栽培農家・神田博さんのハウスを訪問し、冬の新潟で育つ越後姫は完熟するまでに長い日数がかかるが、甘味が増し香りが高まるといった特徴についてご紹介いただきました。



ハウス内での撮影風景

ヤナギガレイ、南蛮エビ

19年度に新たにブランド品目として戦略を検討する「ヤナギガレイ」と「南蛮エビ」についても、一足早く首都圏の皆様にご紹介するために、取材を敢行しました。新潟入りした取材班は、活南（生きた南蛮エビ）やヤナギガレイの刺身などを目にし、「こんなに新鮮なものが市内で気軽に食べられるとはすごい」と新潟の食の奥深さに感心していました。



「すし清」での板長さんへのインタビュー

詳しい情報は、ぜひ dancyu 4月号 (3月6日発売) でご確認ください！

編集後記
先日、新聞でプレミアム商品に対し消費者が最も支払い価値を感じる項目は「品質」であるとの調査結果が掲載されました。消費者から支持される商品の最低条件は「品質」を確保することであると感じました(米)

発行：新潟県農林水産部食品・流通課
販売戦略係
〒950-8570 新潟市新光町4番地1
電話 025-280-5305
FAX 025-280-5548