

# にいがたフード・ブランド通信

第5号 平成19年7月10日発行

日差しも強くなり、えだまめがおいしい季節となりましたが、皆様はいかがお過ごしでしょうか。

今回は、ブランド化を図る上で大切な要素のひとつ「PR活動」の話題を中心にお届けします。

## 「効果的なPRとは何か」について考える！

前号でもお話ししたとおり、ブランド化とは、消費者の皆さまからの絶対的な信頼を獲得するということです。しかし、消費者の方がその商品を知らない、あるいは興味を抱かないために食べる機会を逸していたら・・・それは、産地にとっても、その消費者の方にとっても残念なことです。

ですから、自信をもって作った商品の「情報」や「売り」を的確に消費者に伝えることは、ブランド化を図る上で重要な要素の一つと言えます。

そこで、今回は、「効果的なPR」について、民間において数々の企業PR活動を手がけてきた高島哲夫 県広報監(ブランドマスター)にお話を伺いました。

Q 効果的なPRとはどのようにお考えですか？

そもそもPRとは、生産者と消費者の双方向での情報のやりとりのことを言います。すなわち、相手によく耳を傾け、その望んでいる情報を的確に伝えることを言います。その情報にニュースとしての価値、例えば「客観的なデータ」「権威のある人の評価」「季節性」などが加わることで、相手により印象深く伝えることができます。



Q PR活動というと、テレビCMや新聞広告など「お金がかかるもの」というイメージがありますが・・・

例えば、有名な料理評論家が新潟の農畜水産物を絶賛したとします。社会から信頼されている専門家の評価はそれ自体ニュースですよ。また消費者への印象も強くなります。はじめて公になる数字などがあればもっといい。広告を出さなくとも、情報の伝え方を工夫することでPR活動は行えると言えます。メディアがニュースと判断できる話題づくりが大切なのです。

Q ブランド農畜水産物を PR する場合、注意すべき点や心がける点は？

どの商品にも言えることですが、情報は常に正しくなければ PR 活動は成功しません。商品のおいしさを PR した場合、その商品は常においしいものでなければなりません。「特産品」と「ブランド農畜水産物」の違いはそこです。アタリハズレがあってはブランドとは言えません。農畜水産物はそこが難しい点であると言えるでしょう。

いかに、品質の高い商品を安定して供給できるかが鍵になります。

Q 最後にブランド化を進めていく上で、生産者や生産者団体の皆さまにメッセージを。

前向きにあきらめず続けることで、信頼関係は少しずつ築かれます。常に明るい笑顔で、ブランド化に向けて共に取り組みましょう！

## 企業に見るブランド戦略 ～キリンビールのブランド戦略に学ぶ～

農林水産業界にとってマーケティングやブランド戦略の考え方が重要視され始めたのは、比較的最近のこと。先進的に取り組んでいるメーカーでは、どのような考えのもとでブランド戦略を展開しているのでしょうか。

そこで、品目別ブランド確立推進部会の委員として御協力をいただいているキリンビール(株)新潟統括支社営業部担当部長の中島正徳さんに、「キリンビール」のブランド戦略などについてお聞きしました。

Q 「キリンビール」ブランドは、長年にわたる様々な努力の上に成り立っているものと思いますが、御社の基本的なブランド戦略についてお聞かせください。

弊社は経営理念として「お客様本位」と「品質本位」を掲げて100年、いつの時代のお客様からもキリンブランドに対する信頼を頂戴してきたものと自負しています。具体的には、お客様の期待に応えるために、“お客様づくり”と、独自技術によるこだわりの高品質“おいしいビールづくり”を全経営活動で愚直に実践してきたことの結果だと言えます。

しかしながら、弊社キリンビールにお客様が求めるモノ（期待）はどんどん変化しており、従来はおいしいビールさえご提案していればご満足をいただきましたが、最近では、「おいしい旬食材と一緒に、おいしいビールを飲みたい」という食材への関心の高まりから、“食とのマッチング”のご提案を展開しています。いわば、地産地消との連携であり、麒麟のオリジナル戦略と言えます。この具体例が、お馴染みになった弊社“一番搾り”のCMですね。



Q 新潟統括支社の「食」と連携したプロモーションについて、今後の展開をお聞かせください。

県内では、JA 全農新潟と共同で『トマト、きゅうりキャンペーン』を行っています。また、『長岡野菜を食べよう会』を 7 月末に、秋には『きのこレシピコンテスト』（仮称）を開催する予定です。全国イベントでは、『選ぼう ニッポンのうまい！2007』キャンペーンに、賞品として「にいがた和牛」をエントリーし、都内でマスコミ各社を招いて試食会も開催します。また、旬の国産フルーツを厳選してプレゼントする「麒麟チューハイ氷結」の『旬のフルーツを楽しもう！』キャンペーンでは、賞品としてル レクチェとおけさ柿をエントリーしますし、今後も、新潟の食材を全国へ発信していきたいと考えています。

Q 去年は、「ル レクチェ」と「にいがた和牛」について、ブランド戦略の検討に加わっていただきました。改めて、ブランド化に向けた留意点などアドバイスをお願いします。

食材そのものと平行して、派生商品も仕掛けていただきたいと思います。例えば、えだまめの新しい食べ方や越後姫のスイーツなど加工品に注目することも大切です。しかし、定着するには最低 3 年はかかるでしょう。また、地元で支持されるような「足場がため」も大切だと考えています。地元で愛される食材を県内外に情報発信していきたいですね。行政と全農・JA、そして民間の力を結集し、継続して取り組むことが大切です。

●麒麟ビール主催「ニッポンやきとり祭り」で「にいがた地鶏」が東京デビュー

5 月 10 日、11 日の両日、東京・大手町で全国 28 カ所の地鶏・銘柄鶏のやきとりが楽しめる「ニッポンやきとり祭り」が開かれ、新潟県からは「にいがた地鶏」を出店しました。

会場は大変な盛況ぶりで、首都圏デビューとなる「にいがた地鶏」の評判もなかなか上々でした。



●『選ぼう ニッポンのうまい！2007』キャンペーンに「にいがた和牛」がエントリー

麒麟ビールで 7 月 11 日から実施される「麒麟『選ぼう ニッポンのうまい！2007』プレゼントキャンペーン」の賞品に、“新潟県のうまいもの”として、「にいがた和牛」がエントリーすることとなりました。

このキャンペーンは食とビールの組み合わせなどおいしさや楽しさを提案する目的で、'05 年から行われています。

今年は、全国 47 都道府県の名物食材や話題の一品のひとつとして、「にいがた和牛」が全国に広く紹介されます。



## 新着ニュース!

### ◆ 農林水産物ブランド化セミナーを開催しました!

県は、今年度のブランド化の取組を開始するに当たり、5月25日、新潟県自治会館で、県内の農林漁業者を対象（参加者約100名）に、農林水産物ブランド化セミナーを開催しました。

講師の南部哲宏氏（博報堂生活総合研究所）からは、「ブランドはキャッチフレーズやネーミングで知名度向上を図るものではなく、お客様との信頼関係づくりである」とのお話がありました。忘れがちですが、最も基本的なポイントです。

続いて、山本高史氏（青森県庁）から、特産地鶏シャモロックのこれまでの取組について、事例報告をいただきました。

すでにブランドとして広く知られ、多くのファンを得ているシャモロックですが、「まだブランドになったとは思っていない」そうです。謙虚な発言にも聞こえますが、ブランドの取組には終わりが無いことがひしひしと伝わってきました。



### ◆ JA北越後がパブリシティ活動として越後姫を著名人へ提供

去る5月16日、年一回全国の広告人が一堂に集う広告界最大の集会「全日本広告連盟新潟大会」が朱鷺メッセを会場として開催されました。当日は、作家の林真理子さんや作曲家の三枝成彰さん、コピーライターの眞木準さんなどの著名人がゲストとして来県。JA北越後は、PRを兼ね越後姫をゲストの皆さんの楽屋へ差し入れしました。

ゲストの皆さんは一同、「新潟にこのような美味しいいちごがあることを知らなかった」と驚いた様子で、楽しんで試食していただきました。

PR効果は未知数ですが、このような地道な活動がパブリシティの基本となります。

#### ブランド用語コーナー

#### 「パブリシティ」

「パブリシティ」とは、企業や団体が、新聞、雑誌、ラジオ、テレビなどのマスコミに対して積極的に情報公開するなどして、報道されるよう働きかけること。

パブリシティの特徴は、掲載料を払って一方的に情報提供する「広告」と異なり、費用対効果が大きく、マスコミなどが客観的に商品の特長や消費者にとってのメリットなどを報道してくれるため、商品の信頼性を高め、消費者の口コミを誘発しやすいというメリットがあります。当然ながら、マスコミが「取り上げたい」と思う話題性がなければ、効果はありませんが、話題性が高く、マスコミ数社が取り上げることとなれば、その広告換算費（仮にその記事を「広告」として出す場合の費用の試算）は膨大になることもあり、効果的なものとなります。

#### 編集後記

夏野菜が美味しい季節になりました。スイートコーンや枝豆など、ビールのもまみにぴったりです。でも、飲み過ぎには注意したいものです(米)

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