

にいがたフード・ブランド通信

第6号 平成19年10月10日発行

収穫の秋で様々な農産物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、首都圏でのプロモーション活動に向けた取組の話題を中心にお届けします。

注目！都内のターゲット店舗にブランド製品の関心度等を伺いました

ブランド戦略では、「いつ食べてもおいしい」という品質確保を図るなかで、ターゲットとなる消費者層、それも県内だけでなく最大の消費地である首都圏へ情報発信することで、商品に対する信頼度や知名度を高め、最終的にブランド（消費者の信頼の証）として定着させていくことを基本としています。

それでは、そもそも首都圏の店舗では、どれだけ県産農畜水産物が取扱われ、また実需者の方に意識されているのでしょうか。

県では、今後、首都圏でプロモーションを展開していく上での参考とするため、ブランド戦略でターゲットとしている消費者層（多少高くても美味しい食を求める方々）がお使いになると思われる首都圏の有名店舗480件をリストアップし、ルレクチエ、越後姫、にいがた和牛、佐渡寒ブリについて紹介資料を送付した上で、電話による意向調査を実施しました。

【調査方法】

首都圏において情報発信力の高い480社をリストアップし、事前に4品目に関する資料を送付した上で、電話による聞き取りを行いました。

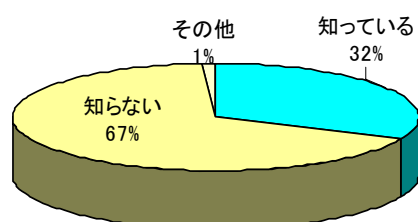
なお、有効回答件数は356件
(有効回答率74.2%)

業種	件数	業種	件数
ホテル	70	洋食レストラン	79
百貨店	14	アジアレストラン	10
ブライダル	10	ステーキ・鉄板焼	36
スーパーマーケット	16	焼肉店	29
日本レストラン	95	洋菓子店	59
寿司店	51	高級フルーツ店等	11
		計	480

設問1 ブランド候補品目の認知度

4品目のいずれかを「知っている」のは32% (113社)

認知度(対象:356社)

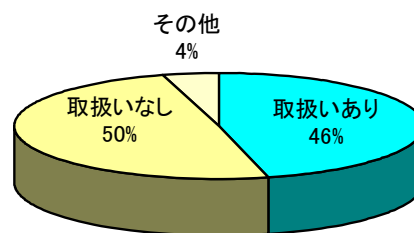


設問 2 現在または過去の取扱いの有無

設問 1 の「知っている」店舗 113 社のうち、いずれかを「取り扱ったことがある」のは 46% (52社)

※回答者 356 社の 14.6%

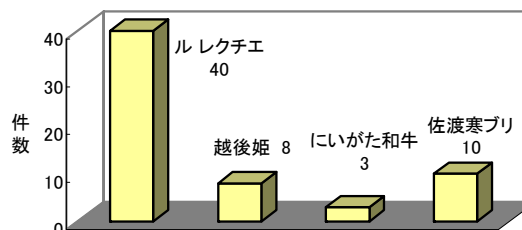
取扱い経験(対象:113件)



設問 3 現在または過去の取扱い品目

設問 2 で「取り扱ったことがある」店舗 52 社が、取扱った品目は、ルレクチェ 40 件、佐渡寒ブリ 10 件、越後姫 8 件、にいがた和牛 3 件。(複数回答)

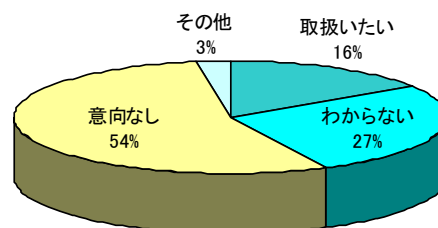
取扱い品目(対象:52件)



設問 4 今後の取扱い意向

今後、いずれかを取り扱いたい意向がある店舗は 56 社、価格、現物を承知していないため「わからない」とする店舗が 96 社で、以上が全体の 43%。

取扱いの意向(対象:356社)



設問 5 自由意見 (抜粋)

- 各食材に対する紹介資料を見た感想等
 - ・価格や具体的な物流システムなどの紹介がほしい。それにより検討したい。
 - ・これだけの食材をもっとアピールすべきだと感じた。
 - ・すぐには手に入らなそうだが、面白く魅力的。
 - ・取扱い期間が短いことが少し問題。
- 農林水産物のブランド化で留意すべき点や期待する取組等
 - ・名前だけではなく、品質が伴うようにしてほしい。
 - ・品質の基準を明確にしてほしい。
 - ・紙面だけでは分からない。アピールしたいのであれば、それなりの協力はしたい。味・物流面など重要項目の説明は必要。
 - ・1年間を通じて、その時々旬の物などの情報をいただくと良いと思う。

★調査結果の傾向

- ・首都圏の有名店舗でのブランド品目の認知度、取扱い割合は低い
- ・品質基準、価格、物流、味など情報を求めている店舗が多い
- ・資料だけの情報ではあるが、魅力を感じている一定の店舗層は存在する

首都圏に向けたプロモーションを本格化します！

県産農畜水産物の課題のひとつに「知名度の向上」が上げられます。ただし、やみくもにテレビCMなどで広告したとしても、販売店舗が少なくて手に入りにくかったり、食べてみたら「それほどでもなかった」となれば、名前は一時的に広まるかもしれませんが、“リピーターの獲得”には繋がりません。

「しっかりした品質の商品を、求めている消費者層へ確実にお届けする」ための情報発信がプロモーションの基本です。

そこで、県では、情報発信力のある店舗（消費者への広告塔となる店舗）や「にいがたフード・ブランド」の応援団となっただけの消費者（新潟にゆかりのある方や来県者）をターゲットとしてプロモーションを展開し、口コミ効果を誘発させることで徐々に県内外の消費者へのPRを強めていきたいと考えています。

ここでは、今後展開していくプロモーションの概要をお知らせします。

首都圏向け

● 食材提案会の開催（実需に対して）

情報発信力のある店舗（高級スーパー、有名レストラン、料亭、スイーツ店など）の関係者を対象として食材提案会を開催

- ・にいがた和牛：11月 9日（金）
- ・ル レクチュエ：12月 6日（木）
- ・佐渡寒ブリ：12月 7日（金）
- ・越後姫：3月11日（火）

【内容】

- 生産者団体等によるプレゼンテーション
- フードコーディネーター脇 雅世さんによるメニュー提案
- 各食材を使った料理の試食
- 意見交換、アンケートなど

会場：ホテルメトロポリタンエドモンド飯田橋

● ブランド発表会の開催（消費者に対して）

首都圏在住の新潟にゆかりのある消費者（にいがた経友会など）やマスコミ関係者を対象に、取組や各製品の魅力をPR

- ・開催日：平成20年1月9日（水）
- ・会場：ザ・リッツカールトン東京

※東京ミッドタウン内のホテル

【内容】

- ブランド化のプレゼンテーション
- 会費制による料理の試食
- ゲストトーク など

● プレスツアーの実施（マスコミに対して）

食関連の新聞、雑誌、ライターを主な対象に「ル レクチュエ」「越後姫」「にいがた和牛」「佐渡寒ブリ」に関する生産地へのプレスツアーを実施（11月、1月予定）

県内向け

● 新潟県調理師会との共催による食材提案会の開催（実需に対して）

県調理師会の会員を対象に、ブランド化の取組や食材としての魅力をPR

- ・開催日：平成20年1月15日（火）
- ・会場：万代シルバーホテル

【内容】

- 生産者団体等のプレゼンテーション
- 会費制による料理の試食
- 意見交換 など

● 秋の大収穫祭でのプレゼントキャンペーン（観光との連携）

県観光協会が、観光客を対象にブランド産品をプレゼントする「にいがた極上の逸品プレゼントキャンペーン」を実施（詳しくは新着ニュースで！）。

新着ニュース!



★ えだまめ、にいがた地鶏、南蛮エビ、ヤナギガレイの取組をスタート

新潟の食のイメージリーダーをさらに充実させるため、今年度、新たに4品目を選定し、戦略の検討を開始しました。今後、消費者調査や産地との意見交換等を行いながら、年度内に戦略をまとめます。

第1回会議では、各品目の現状を確認し、品目の“売り”、流通の実態、消費者の声などについて意見を出し合いました。会議はマスコミも取材しており、ブランドに対する関心の高さが伺えます。



★ 「にいがた極上の逸品プレゼントキャンペーン」始まる!



県観光協会は、10/1～12/31の期間中、県内の旅館・ホテル（県旅館組合加入施設）に宿泊されたお客様を対象に、抽選で毎月60名計180名様に「極上のにいがたフードブランド品」が当たるプレゼントキャンペーンを展開しています。10月は新米コシヒカリ、にいがた地鶏、11月はルレクチエ、にいがた和牛、12月は越後姫、南蛮エビをラインナップ。

協会では、今後も「食と観光」をテーマに、ブランド化の取組とタイアップしていく予定です。

★ にいがたフードブランドのポスターができました!

にいがたフード・ブランドの取組を広く消費者（特に県民）に知らせ、愛着をもっていただくため、PR用のポスターを作成しました。

ポスターは県内のJAや旅館、各種文化施設等に掲示をお願いするとともに、今後、県内外で実施するイベント等に活用していきます。地域のイベントなどで使用したい!という方は、数に限りはありますが、お気軽に食品・流通課へお問い合わせください。



編集後記

これから県内各地で収穫祭や秋祭りが目白押しです。味覚の秋を満喫できる絶好の機会なので、毎週末県内各地を巡りたいと思います。

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