

にいがたフード・ブランド通信



第7号平成20年2月14日発行

寒の入りとともに寒さがつのりますが、皆様はいかがお過ごしでしょうか。
 年が改まり、平成20年は、ブランド戦略の実践2年目となります。今回は、現在進行中
 であるプロモーション活動の様子を中心に御紹介します。

首都圏ターゲット店舗を招いて食材提案会を開催！

ブランド化に取り組む4品目のうち、3月に開催予定の越後姫を除く3品目について、都内の有名ホテルやレストランのシェフ、マスコミ関係者などを招いて、東京都ホテルメトロポリタンエドモント飯田橋を会場に食材提案会を開催しました。当日は、各品目の特徴を戦略の実践組織（にいがた和牛推進協議会、新潟県青果物フード・ブランド推進協議会、佐渡寒ブリ販売促進協議会）や生産者の方々からプレゼンテーションしていただくとともに、試食やフードコーディネーターの脇雅世さんからのオリジナルレシピの紹介などで、各品目の魅力を参加者にアピールしました。また、この提案会を契機に、興味を持っていただいた業者の方々へ個別営業を行うことで、新たな取扱店舗の開拓など、徐々にではありますが成果が出始めています。

- < 開催内容 ~各品目共通~ >
 実践組織によるプレゼンテーション
 脇雅世さんによるレシピ紹介
 食材及び食材を使った料理の試食
 ~ライバル品目との食べ比べなど
 生産者との意見交換

< 参加者数 >

	品目	開催日	参加者企業	マスコミ
第1回	にいがた和牛	11月9日	21社33名	15名
第2回	ルレクチエ	12月6日	26社38名	8名
第3回	佐渡寒ブリ	12月7日	27社42名	11名
第4回	越後姫	3月11日	未定	未定

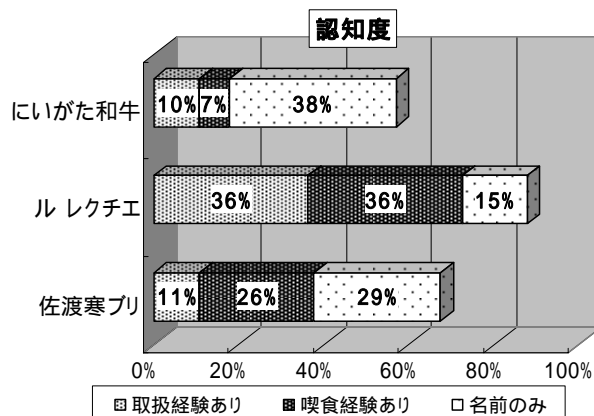


にいがた和牛の提案会の様子

参加者のアンケート結果から（抜粋）

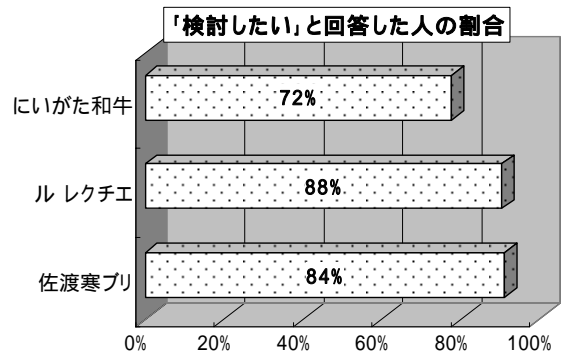
Q1 各品目を知っていますか？

「取扱経験がある」、「食べたことがある」、「名前のみ知っている」まで何らかの形で認知していた方は、平均で約71%と高いが、取扱経験については、約19%に止まる。



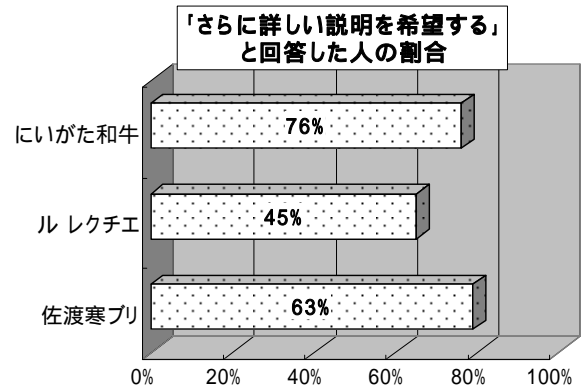
Q 2 食材として検討したいですか？

食材としての取扱いについて、「積極的に検討したい」「検討したい」と肯定的な意向を示した方は、平均で約82%に上り、高い関心が寄せられた。



Q 3 関係者による説明を希望されますか？

関係者の訪問による詳細説明を希望した方は、全体平均で約58%。この方々を中心に、食材提案会終了後、生産者団体と県で営業活動を展開しています。



参加していただいた方に感想をお聞きしました

3回の食材提案会全てにご参加いただいた「ローストビーフの店 鎌倉山」赤坂店の料理長 渡邊 福士さんに、食材提案会に参加してみたの感想や新潟の食材について率直な御意見をお伺いしました。

Q 食材提案会に参加してみたの感想は？

A 普段、私たちは生産者の方々と直接話をする機会が少ないので、いろいろな産地情報や新潟県産の農林水産物の情報を聞くことができ良かったと思います。

今後、可能であれば、ブランド製品以外の食材についても、様々な情報を教えていただけるとありがたいです。

試食については、全体的に凝った味やソースがやや強かったりで、私たちとしては、もっとシンプルに素材の味を確かめたかったです。



Q 新潟の食材についての感想は？

A ルレクチエや越後姫は、5年くらい前から知っていましたし、今も食材として使っています。食材提案会で生産者の方から聞いたんですが、新潟で桃が作られているとは知りませんでした。新潟の食の情報をもっと知りたいですね。

テレビなどで様々なグルメ情報が流れていますが、自分達は舌の肥えたお客さんに驚きを提供できる食材を探しています。新潟にしかない食材があれば、是非、現地に行って確かめたいですね。

「ローストビーフの店 鎌倉山」

神奈川県鎌倉市にある鎌倉山に本店を置く、ローストビーフの名店。料理人自らが接客を行う独自のスタイルと、日本料理の美と贅沢な洋食の味を常に追求する姿勢に文化人などファンも多い。

そのほかにも、プロモーションがぞくぞく！

にいがたフード・ブランド レセプションの開催



生産者による4品目のアピール



ゲストトーク



越後姫を使ったデザート

平成20年1月9日に、東京ミッドタウン（東京都港区六本木）のザ・リッツ・カールトン・東京で、「にいがたフード・ブランド レセプション」を開催。新潟にゆかりのある方々など約200名の皆様に、新潟のおいしい食材を堪能していただきました。

佐渡寒ブリ、にいがた和牛、ルレクチエ、越後姫を使ったコースディナーを味わっていただくと共に、フードコーディネーターの脇雅世さん、月刊ソトコト編集長の小黒一三さんと泉田知事で「新潟の食の魅力」をテーマにトークショーでお楽しみいた

きました。参加者へのアンケートでは、「新潟の良い面をたくさん知ることができた」など好意的な意見が多く、約9割の方から「満足した」との回答をいただきました。

詳しくは、「にいがたフード・ブランド」のホームページ（アドレスは最終頁に記載）でご覧になれます！

（社）新潟県調理師会会員を対象に食材提案会を開催

（社）新潟県調理師会が主催の「にいがたフード・ブランド食材提案会」が、平成20年1月15日に万代シルバーホテルを会場に開催されました。同会としては、今後、新潟県が生産者、生産者団体とともに進めるブランド化の取組と連携していきたいと考えており、提案会は、その第一弾として、会員のブランド品目に対する理解を深めることを目的に開催されたもの。

当日は、各品目の生産者団体等による食材プレゼンテーションのほか、シルバーホテルの料理長考案による料理（えだまめを除く7ブランド品目を使用した16メニュー）が紹介されました。

参加者からは、「自分の店のメニューの参考になった」「今後も積極的にブランド食材を使っていきたい」など好意的な意見が聞かれました。



会場の様子

新着ニュース！

エンジン01新潟県開催の歓迎レセプションでブランド産品をアピール

昨年(2017年)の11月16日～18日の3日間、「朱鷺メッセ」を会場としたエンジン01(ゼロワン)講師(作曲家の三枝成彰さん、作家の林真理子さんなどの文化人)による41の講座や、新潟市内の飲食店22会場で講師と語らう「夜楽」などが開催されました。16日の夜には、朱鷺メッセの最上階でウェルカム・パーティーが行われ、コシヒカリのおにぎりや佐渡寒ブリ・ヤナギガレイ・南蛮エビなどのお寿司、ルレクチエ、おけさ柿などのフルーツ、のっぺい汁・・・などなど数々の料理やデザートを振る舞うとともに、POPによる食材の紹介やブランドのポスターなどで新潟の食の奥深さをアピールしました。お寿司の屋台には行列ができるなど、文化人の方々の評判は抜群だったとのこと。

にいがたフード・ブランド プレスツアーを実施



寒ブリの取材風景

昨年(2017年)の11月下旬に、フード・ブランド品目のパブリシティ活動を行うため、東京から日刊スポーツ、時事通信社の記者の方を産地へ招いて、ルレクチエと佐渡寒ブリの取材を行っていただきました。その結果、スポーツ新聞1紙、地方新聞12紙に記事掲載が行われ、広く全国の消費者へこれらの品目を紹介することができました。2月1日には、越後姫とにいがた和牛をテーマに第2弾のプレスツアーを実施。旅行雑誌「旅行読売」への掲載が予定されています。

新潟ふるさと村イベント「フード・ブランド屋台」が賑わう

1月19日～20日に新潟ふるさと村では、「NST大好きにいがた公認 フードブランド屋台」が開催されました。当日は、にいがた和牛の「牛めし」、南蛮エビやヤナギガレイ等の「にいがた天井」、にいがた地鶏揚げ煮井」のほか黒埼茶豆の大福などブランド産品の屋台が勢揃い。県内外のお客様で賑わいました。



「にいがたフード・ブランド」のホームページはこちら

新潟県庁のホームページ <http://www.pref.niigata.lg.jp/> を開き、「フード・ブランド」で検索。ブランド通信のバックナンバーも掲載されています！

編集後記

県内の食に関するイベントで、フード・ブランド食材を使った屋台などを目に見ると、つつい財布の紐が緩みます。(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