

第4次ブランド化戦略の基本方針

【目標】

全国トップブランド評価の浸透
～ 極良食味・最高品質の
トップブランド米を目指して～

【主なターゲット】

産地銘柄や安全・安心などで米を選ぶ一般消費者から、米にこだわる料理店、旅館・ホテル、中食事業者等

【推進期間】

平成29年度から31年度まで

【推進体制】

県と集出荷団体が中心となり外部委員など様々な専門家の参加を得ながら、オール山形の推進体制を継続

◇ 戦略の展開方針

- 生産戦略
良食味・高品質で安定した生産体制の堅持と更なる推進を図る。
- コミュニケーション戦略
認知度向上から購買拡大につながる効果的なコミュニケーション活動の展開を図る。
- 販売戦略
トップブランド米としての販売促進活動の推進と販路の拡大を図る。

取組内容

◆生産戦略

良食味・高品質で安定した生産体制の堅持と更なる推進

①良食味・高品質安定生産の更なる推進

- ◇地域の課題に合わせた技術指導の実施
 - ・地域本部主催による研修会・現地巡回指導の実施（マイスターと連携）
 - ・マイスター基準田の設置（66か所）
 - ・つや姫技術情報連絡員による技術情報伝達体制の強化
- ◇「プレミアムつや姫」産地の支援と育成
 - ・プレミアム各産地の販売PR活動等への支援、組織の掘り起こし
- ◇美しい「つや姫」づくりコンテストの実施（平成28年から実施）
 - ・圃場管理の徹底と良食味生産意識の醸成に向けた、稲の立ち姿・圃場の美しさ産地の取組等を評価するコンテストの実施（5月募集、6月決定、7月～実施予定）

②生産者の所得向上を意識した先進技術導入の推進

- ◇つや姫先進技術の導入実証による品質の底上げ
 - ・衛星画像利用による面的葉色診断を行い、適期適量の穂肥による品質の底上げ
- ◇色彩選別機導入拡大による高品質化の推進（平成29年から実施）〔拡充〕

③他県との連携による技術交流の推進

- ◇全国の「つや姫」生産者との技術交流
 - ・つや姫技術交流会の開催（庄内地域で開催予定）
 - ・新産地への情報提供
 - ・県外視察受入と技術交流会の開催
- ◇他県における奨励品種採用への働きかけの実施

◆コミュニケーション戦略

認知から購買行動につながる体系的、継続的なコミュニケーション活動を展開

①テレビCMを核にした全国でのPR活動の強化

- ◇テレビCMの放映
 - ・これまでの高級イメージを継承した新たなCMの制作〔新規〕
 - ・三大都市圏（関東圏・関西圏・中京圏）でのCM放映
- ◇CM放映にあわせたPR
 - ・販売店へのつや姫レディ派遣
 - ・TV、ラジオでのプレゼントパブリシティの実施
 - ・放映時期のキャンペーンの実施や店頭でのPOPなどの掲示による販売強化
- ◇交通広告への広告掲載
 - ・JR東京駅や山形駅等への交通広告の掲載

②国内外に向けたSNS等の活用や、話題創出によるPR活動の展開

- ◇情報発信
 - ・つや姫ホームページの充実
 - ・facebook、Twitter、InstagramなどのSNSを活用した情報発信（随時）
 - ・「やまがた特命観光・つや姫大使」による継続した情報発信
- ◇話題づくり
 - ・田植え・稲刈りイベント、つや姫の日イベント（毎月28日）
 - ・JR、航空会社等と連携したPR等による話題の創出
- ◇学校給食
 - ・県内小中学校の給食への利用、給食を通じた「つや姫」ブランドの理解醸成
- ◇出前授業
 - ・県外の小学校での出前授業の実施（関東圏、関西圏）、授業を通じた「つや姫」ブランドの理解醸成
- ◇企業社員食堂での利用
- ◇訪日旅行者へのPR
- ◇プロスポーツチームと連携したPR
 - ・モンテディオ山形、パスラボ山形の試合での対戦チームサポーター等への「つや姫」プレゼント

◆販売戦略

トップブランド米としての販売促進活動の推進と販路の拡大

①高価格販売取引の拡大・促進

- ◇百貨店や米穀専門店などに対する継続的な販売促進活動を展開
 - ・つや姫取扱協力店（米穀専門店）等への「つや姫」の情報の提供及びPRの実施
- ◇差別化商品の販売促進活動の支援によるつや姫ブランドの更なる向上
 - ・プレミアムつや姫のパンフレット等を作成し、販売促進活動でPR

②高級感のある中食・外食の利用拡大・促進、東京オリ・パラ大会等に向けた外国人の需要開拓

- ◇中食・外食における利用拡大・促進
 - ・旅館・ホテル、飲食店等と連携した「山形フェア」や「つや姫」キャンペーンの実施
 - ・つや姫が食べられるお店登録店舗数の拡大
 - ・外国人選手団のホストタウン事前キャンプでの利用機会の拡大
- ◇企業単位での利用促進の働きかけ
 - ・企業が主催するイベント、キャンペーン等での利用機会の拡大
- ◇県外事務所と連携した販路開拓

②輸出市場の開拓・拡大

- ◇主要市場への輸出拡大、今後需要が高まると見込まれる新興市場・新規市場への販路開拓の取組み
 - 【主要市場】
 - ・シンガポール：日本食レストランで提供
 - ・台湾（高雄市）：有名百貨店での常設販売
 - 【新興市場】
 - ・中国（上海）：有名百貨店での春節贈答用の販売
 - 【新規市場】
 - ・EU：イタリア向けウェブサイトによるPR取扱いに向けた取り組み。
 - ・アメリカ（ハワイ）：日系企業によるスーパーでの販売、日本食レストランで提供

③店頭・イベント等で販売活動等のプロモーション活動の拡大・促進 ④「つや姫」が牽引する県産米全体の販売促進

- ◇知事トップセールスによる販売促進活動
 - ・三大都市圏百貨店でのトップセールス
- ◇つや姫レディによる販売促進活動
 - ・キャンペーン・イベントでの「つや姫」PR
- ◇つや姫に関する物産イベント等の開催
- ◇つや姫が牽引する県産米全体の販売促進活動
 - ・IWC2018「SAKE部門」でのPR〔新規〕
 - ・全国農林水産祭等の全国規模イベントでのPR
- ◇「雪若丸」との相乗効果の高い販売促進活動〔新規〕
- ◇つや姫レディとチーム雪若丸による店頭・イベント等でのPR〔新規〕