

## 4 付加価値向上対策

### (1)マーケティング対策の強化

いちごをはじめとする県産農産物のブランド価値を最大化し、“選ばれる栃木の農産物”となることを目的に策定した「栃木の農産物ブランド価値向上戦略」に基づき、各種施策に取り組みました。

#### 【リーディングブランドをはじめとする農産物全体のブランド力向上】

県では、「スカイベリー」「とちぎ和牛」「なすひかり」「にっこり」を県産農産物全体のブランド力をけん引するリーディングブランドに位置づけ、ターゲットやコンセプトを明確にしたプロモーションを展開しました。また、令和元年の大嘗祭で供納された米「とちぎの星」や令和2年に名称が決定したいちご新品種「とちあいか」について、話題性が高まる機を捉えた魅力発信を行いました。



とちあいかPR用リーフレット

#### 【いいものをつくる「差別化戦略」】

県産農産物について、他産地との差別化を図るには、おいしさや大きさなどの特長をより消費者にわかりやすく訴求することが重要となります。そのため、それら特長を最大限に引き出した農産物を生産・販売できる団体等を(一社)とちぎ農産物マーケティング協会が認証し、「栃木プレミアム」農産物として流通させる制度を創設しました。

令和2年度は、「にっこり」及び「スカイベリー」について、2組織ずつ認証され、「栃木プレミアム」という統一ブランド名のもと、首都圏の百貨店や県内直売所などで限定販売されました。

#### 【いいものを伝える「情報戦略」】

コロナ禍においても、県産農産物の魅力に触れる機会を創出するため、「とちぎの星」や、「とちあいか」、「スカイベリー」などを紹介する動画広告の配信のほか、有名シェフによるオンラインレシピ実演会など、デジタル手法を駆使したプロモーションに取り組みました。



「とちぎの星」オンラインレシピ実演会

#### 【いいものと消費者との絆をつくる「絆戦略」】

県内外のホテル、飲食店などのシェフを対象とした県産農産物の活用方法や魅力の伝え方を学ぶオンラインセミナーを開催し、参加店舗を中心に県産農産物を活用したメニューを提供するフェアを開催しました。

## 事例 「とちぎのうんまいもん スマホスタンプラリー」の実施

県では、コロナ禍において、県産農産物の消費を喚起するため、県産農産物の購入や飲食店でのメニューの注文で、とちぎ和牛や県産いちごなどが当たる「とちぎのうんまいもんスマホスタンプラリー」を約200店舗で実施しました。

スーパー等で販売される県産農産物に貼付されたシールやメニューを注文した飲食店において配布されるカード記載のシリアルナンバーを応募フォームに入力することで、簡単にスタンプを取得し、キャンペーンに応募できる手法を採用しました。令和3年2月15日現在の応募総数は60,000件を上回っており、このスタンプラリーが、おいしい県産農産物を選んで購入するきっかけになることを期待しています。



スタンプラリー概要



スタンプ獲得シールを貼付された県産牛

## 事例 「栃木県民ごはんの日」プロジェクトの実施について

コロナ禍において、米の消費が更に減少することが懸念されており、県民に改めて米の良さを知ってもらい、ごはんを食べる機会を増やすため、毎月「5(ご)」と「8(はん)」のつく日を「栃木県民ごはんの日」と定め、この日は、「1日3食ごはんを食べよう」を合い言葉に、米の消費拡大運動を開始しました。

県では、おにぎりコンテスト受賞作品を販売する「とちぎの自慢のおにぎりを食べようキャンペーン」や、「とちぎの農村めぐり」SNSでのごはんのテイクアウト商品の紹介などを行うとともに、飲食店やスーパーにPR資材を配布し、県民に米の消費を強く呼びかけました。

また、これに呼応し、農業団体においても、新聞やテレビを活用した「米のプレゼントキャンペーン」などが始まっており、今後もより多くの民間企業にも協賛事業として、この取組に参加いただき、オールとちぎで米の消費拡大運動を展開していきます。



プロジェクト始動に係る知事発表

スーパーでの「栃木県民ごはんの日」の周知  
(ぶら下がりPOP、ポスター等掲示)

### 事例 JR東日本の重点販売と連携した取組

県では、コロナ禍において外食・観光産業が落ち込む中、飲食店等における県産農産物の活用促進やアフターコロナを見据えた本県への誘客促進のため、令和3年1月から3月に行われたJR東日本の「2021冬のとちぎ観光キャンペーン」と連携し、いちごを中心とした県産農産物のプロモーションを行いました。

JR大宮駅、上野駅、東京駅構内飲食店25店舗での県産いちごを使用したオリジナルスイーツフェアや上野駅構内での販売イベントを開催したほか、首都圏主要路線のトレインチャンネルを活用して広告を掲出するなど、首都圏を中心に多くの方に県産農産物の魅力を発信することができました。



県産いちごを使用した  
スイーツフェア



県産いちご販売イベント(上野駅)

### 事例 新型コロナウイルス感染症対策に対応したテイクアウト商品の開発(塩谷南那須地域)

塩谷南那須地域では、新型コロナウイルス感染症により影響を受けた農村レストラン等の収益確保と交流人口の創出・拡大を図るため、管内の道の駅を対象に、テイクアウト商品(メニュー)の開発とそれらの商品のPR活動に取り組みました。

まず、テイクアウト商品のポイントを学ぶため、テイクアウトの専門家と栃木6次産業化実践アドバイザーを講師に招き、道の駅の農村レストラン等を対象に個別相談会を実施しました。その結果、各道の駅において店舗メニューを基に彩りや容器に工夫を凝らした、見映えも優れる新商品が多数開発されました。さらに、これらの商品等を紹介するPR誌を作成、県内の道の駅等の観光拠点や各種メディアに情報発信し、誘客促進を図りました。



個別相談会の様子



テイクアウトグルメ特集