

栃木県産農産物ブランド化推進方針の策定について

現状・課題

- ▶ 県産を選んで購入する農産物はいちご等の一部品目にとどまっていることから、県産農産物全体の認知度向上やブランドイメージ向上に向けた取組が必要
- ▶ 首都圏市場でのシェア拡大や物流2024年問題への対応等、安定生産や品質向上に向けた生産・流通体制の一層の強化が必要

基本的な考え方

「いちご王国」プロモーションと県産農産物のブランド化の取組を両輪として、国内外から選ばれる栃木の農産物の実現を目指す。



目標

定量的な指標として、以下の目標を設定する。

※首都圏（1都3県）で計測

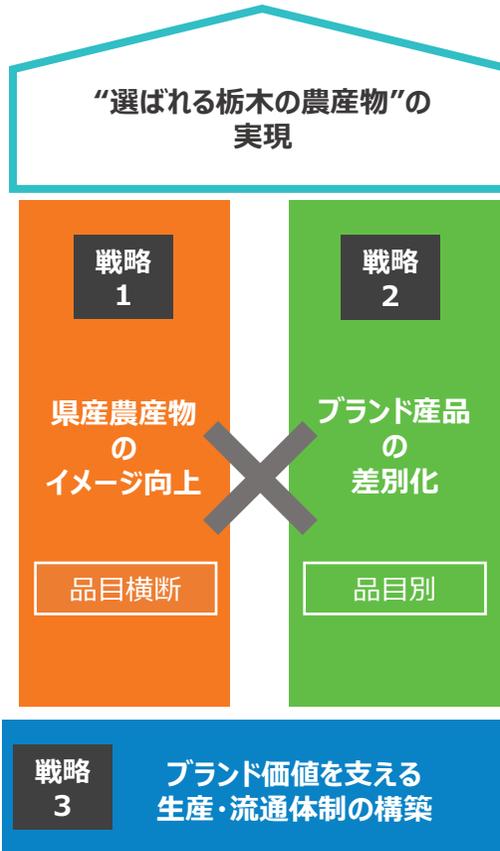
- 栃木県産を選んで購入する割合が50%以上の品目数
1 (R6) → 5 (R12)
- 「とちあいか」認知度
55.6%(R6) → 90%(R12)
- 「とちぎの星」認知度
21.9%(R6) → 60%(R12)
- 「とちぎ和牛」認知度
40.8%(R6) → 75%(R12)

取組方針

3つの戦略によって県産農産物全体のブランド価値向上を図る。

県産農産物ブランド化推進方針の概念図

各戦略の概要と対象品目



○【戦略1】県産農産物のイメージ向上（品目横断）

県産農産物の豊富さや新鮮さなどの共通コンセプトに基づくプロモーションを展開し、県産農産物全体のイメージ向上を図る。

〔対象品目〕 県産農産物全般

〔主な取組〕

- 県産農産物統一ロゴの活用による認知度向上
- 県産農産物ブランドWebサイトによる情報発信強化
- 「栃木＝新鮮」イメージの定着に向けた取組への支援 等

○【戦略2】ブランド製品の差別化（品目別）

産地間競争に打ち勝つため、オリジナル品種等の品目別戦略を実行し、ブランド製品の差別化を図る。

〔対象品目〕 県ブランド製品、地域ブランド製品

〔主な取組〕

- 国内外へ向けた県産いちごの魅力発信（とちあいか）
- 高品質化及び販路拡大に向けた取組の支援（とちぎの星）
- 観光客をターゲットとした魅力発信（とちぎ和牛） 等

○【戦略3】ブランド価値を支える生産・流通体制の構築

消費者からの信頼を得るため、安全・安心を基本に、安定的かつ食味・品質を重視した生産・流通体制を構築する。

〔対象品目〕 県産農産物全般

〔主な取組〕

- 安定生産や品質向上に向けたスマート農業の加速化
- 流通の合理化や鮮度保持に向けた取組への支援
- 気候変動に対応した新品種・新技術の開発 等

推進体制

関係機関・団体等で構成された「栃木県産農産物ブランド化推進会議（仮称）」を設置し、本方針に基づき取組の方向性を共有するとともに、PDCAサイクルをまわしながら、オール栃木体制で県産農産物のブランド化に取り組む。