

県産農林水産物重点 プロモーションに力を入れる

県産農林水産物が消費者から優先的に選ばれるよう、千葉県の顔となる品目を核として集中プロモーションを行い、全国的なイメージ定着を図ります。

事業概要

本事業は、県内外の消費者に向けて、県産農林水産物の魅力を一層発信するため、日本なし、さつまいも、米（粒すけ）など千葉県の顔となる品目（以下「重点品目」）を核とした集中プロモーション等を行い、消費者に

取組内容

重点品目は、千葉県が代表的産地であることや、質にこだわった生産をしていること、特徴的な歴史的背景を有することなどを総合的に勘案し、日本なし、さつまいも、米（粒すけ）を選定しています。

選ばれるおいしい千葉の農林水産物としてのイメージアップに取り組みます。

(1) 日本なし

日本なしは、江戸時代から長い年月をかけておいしい梨を作る技術が蓄積されてきた産地であり、生産量・栽培面積・産出額ともに全国第一位（令和四年）です。

昨年度は、「日本一の千葉の梨」を訴求する動画を作成するとともに、消費者の認知を獲得するため、特設サイトによるプレゼント



キャンペーンを実施しました。今年度は、「日本一の千葉の梨」を発信する動画をテレビCMや、量販店の店頭におけるデジタル広告など様々な媒体で使用し、PRしていきます。また、梨は贈答用としてのニーズもあることから、手土産に向けた化粧箱のデザインやサイズを検討し、県主催イベントでのテストマーケティングを行いました。

(2) やつまいも

さつまいもは、青木昆陽が江戸時代に試験栽培を成功させたことに始まる歴史的背景と、蓄積されてきた栽培技術、産地の品質向上に関するこだわりを、さつまいもブームで増加する需要と併せ、ご褒美スイーツのような「さつまいもの新しいイメージ」として訴求しています。



昨年度は、本県とのゆかりがあり、知名度と発信力がある俳優の松本まりか氏を「千葉のさつまいもアンバサダー」に起用し、県内量販店にて「千葉のさつまいもエキスポ」を開催し、商品販売やPR展示を行いました。また、さつまいもの新しいイメージを「紅(ルージュ)のご褒美」というキャッチコピーにより発信するとともに、PR資材を作成・配付して認知度向上を図っています。今年度もさつまいもの魅力発信と新しいイメージの定着を図っていきます。

(3) 米(粒すけ)

米(粒すけ)は、県開発のオリジナル品種で、粒の大きさ、おいしさを伝える新たなキャッチコピーを掲げ、学校給食等の取組紹介やイベント、広告により、県内のファミリー層を中心として訴求しています。

昨年度は、学校給食や食育イベント等を活用したプロモーションを展開し、千葉県旭市立千潟小学校にて「学べる粒すけ授業」を実施しました。また、生成AI(人工知能)を活用し、新しい「極上の大粒体験。」を開発しました。

今年度も粒すけの魅力発信とさらなる認知度向上を図っていきます。



(4) その他

昨年度、日本なし、さつまいも、粒すけなど重点品目PRリーフレットを制作し、県内全小学校へ配布しました。

