



平成 30 年度「雪若丸」ブランド化の推進について

「ブランド化戦略」基本方針

- <基本方針>
- 商品コンセプト
 - “大粒で、際立つ白さとつや”がある炊飯米の粒の美しい米
 - “しっかりした粒感（噛み応え）、粘り”と“あっさりとした上品な味わい”の米
 - “品種本来のチカラをフルに発揮させる栽培管理”を追求した”山形”のおいしい米
 - ターゲットユーザー
 - 子育て世代のファミリー層、ミドルエイジやスポーツを志向する者、産地銘柄やロコミによる評判等で米を選ぶ家庭、米にこだわりを持つホテル・旅館、料理店等。
 - 品質・食味
 - 消費者・流通関係者からの信頼を確保するため、高品質で良食味米の安定生産を維持。
 - 価格ポジション
 - 当面は「はえぬき」を上回る評価確立とし、将来的に新潟一般コシヒカリの価格水準を目指す。

キャッチフレーズ

- 「つぶ、いきいき。」
- 「山形から元気なお米」
- 「粒立ちしっかりおいしい新食感」

生産戦略

- 技術指導・伝達の徹底等による高品質・良食味生産体制の構築
 - 生産者の大半が初めての作付けとなるため、栽培マニュアルに基づく生産の徹底等、高品質・良食味生産体制の早期確立を目指す。
- 安定生産に向けた技術の早期普及
 - ・実証展示ほの設置（8か所、うち4か所を求評米として活用）
 - ・研修会の開催（播種前、生育中期、収穫前、生育の総括と次年度の対応）
 - ・各地域における栽培マニュアルを活用した技術の早期普及、指導の徹底
- 良食味生産体制への支援（平成 29 年度から実施）
 - ・食味分析計の導入整備を支援
- 栽培管理技術の実証による栽培マニュアルの拡充（平成 30 年から 3 年計画で実施）
 - 生産者の規模拡大が進む中で収益性の向上と安定生産を図るため、栽培マニュアルの拡充に取り組む。
 - ・特別栽培、全量基肥施肥などにおいて適正生育を確保する技術を実証
 - ・直播栽培や密苗栽培における省力・低コスト栽培技術の実証
 - ・生育診断及び圃場管理手法の実証（隔離測定機器による簡便な生育診断）

コミュニケーション戦略

- 様々な機会を捉えた露出アップによる知名度・認知度向上
 - 訴求力のあるテレビCMの制作・放映
 - ・「雪若丸」の本格デビューを消費者に強く印象付けるテレビCMの制作・放映
 - イメージソングの制作・活用
 - ・子供も覚えやすく、親しみやすい楽曲・振付動画の制作
 - 交通広告・生活雑誌等への掲載
 - ・トランヴェール、東京駅、山形駅、空港等サイン、生活情報誌等
 - イベント等、様々な機会を活用したPR
 - ・田植え、日本一さくらんぼ祭り、花笠まつり、本格販売開始イベント、トップセールス等
 - 「チーム雪若丸」の再編
 - ・若手生産者や農林水産部内若手職員等、ボランティアスタッフによる活動しやすい体制の構築
- <デビュープロモーションの進め方>
 CM制作を含めプロモーション全般についての企画を広告代理店から募集し、最も優れた応募者に業務委託し進めていく

【企画提案募集にあたっての方針】
 以下に留意した企画を募集し審査

 - ・「雪若丸」の知名度・認知度向上につながること
 - ・「しっかりした粒感」や「新食感」といった「雪若丸」の特長を伝えられること
 - ・「つや姫」との相乗効果が期待できること

販売戦略

- 販売先に応じた戦略の展開による販売促進、販路開拓
- 販売目標
 - ・数量： 10,000 トン
 - ・販売先：量販店、百貨店、米穀専門店、大手コンビニ、飲食店等
- 販売先に応じた販売戦略

対象	対応
量販店	試食マネキン活用の働きかけ、クローズドキャンペーン※の実施 ※クローズドキャンペーン：購入者を対象とした応募者を募り商品等を提供する企画
米穀専門店・卸	販売説明会（首都圏中心）の開催、米穀専門店向けの米袋シール作成等
大手コンビニ	採用に向けた関係卸・団体からの情報収集、「雪若丸」情報の提供及び商品化を提案
飲食店	つや姫取扱協力店や業界組合等からの情報収集、首都圏で複数の取扱い寿司店を確保

目指すべき目標

「つや姫」に続くブランド米としての評価獲得