



やまなしブランドの 確立に向けて

山梨県には、フルーツ、ワイン、ジュエリー、ミネラルウォーター、富士山、南アルプス、八ヶ岳など全国に誇れる「すぐれもの」がたくさんあります。県では、この「すぐれもの」が地域間競争を勝ち抜くために、販路拡大戦略・イメージアップ戦略・コミュニケーション拡大戦略の3つのブランド戦略に取り組み、やまなしブランドとしての確立を図っています。



販路拡大戦略

国内外における販路拡大事業
個性あふれる産地ブランドを確立し、
販路拡大につなげていきます。

山梨の特選農産物



認証マーク

品質、安全など県の定める一定の基準を満たした農畜産物を「特選農産物」として認証しています。これらを、県民をはじめ全国の流通関係者、消費者に認知してもらい、県産農畜産物のトップブランドとして、やまなしの農畜産物全体のイメージアップとその販売拡大を図っていきます。

甲州ワインEU輸出プロジェクト(KOJ)



ロンドンでのプロモーション

甲州ワインの海外における認知度の向上、販路開拓等を図るため、県ワイン酒造協同組合などが行う甲州ワインの海外輸出を支援しています。今年1月には、世界のワイン情報の発信地である英国・ロンドンで、知事も参加して「甲州ワイン」のプロジェクトのPRを行いました。

FUJIYAMA TEXTILE PROJECT



繊維織物産地、富士吉田市のメーカー8社と東京造形大学テキスタイル専攻の学生8名による「既成概念にとらわれない新たな繊維製品の開発」をテーマにした産学官共同開発プロジェクトです。学生の柔軟な発想やデザインをプロの技術で製品にし、繊維織物の新たな魅力を引き出しています。

トップセールス



モモのトップセールス

やまなしの魅力を積極的に国内外に売り込むことによる観光客の一層の誘致と、モモやブドウ、ワイン、フジザクラポーク等の県特産品の認知度の向上や販路拡大を図るため、知事がトップセールスを実施しています。今年も8月に上海へ行く予定です。

ブランド食肉マッチングフェア



既存のブランド食肉(甲州牛、甲州ワインビーフ、フジザクラポーク、甲州地どり)と、新たなブランドとして期待されているジビエを定着させるため、やまなしブランドであるワインとともにPRするマッチングフェアを開催し、ブランド力の向上を図っています。

KOO-FU PROJECT



県内ジュエリー業界では、伝統的な技術と最新のデザインを融合させ、産地ブランド化を目指す「KOO-FU(クーフー)プロジェクト」を進めています。単なる商品ブランドのPRではなく、ジュエリー産地やまなしそのものをブランド化する取り組み。昨年、甲府駅前前のデパートに「KOO-FU」商品を展示・販売するジュエリーショップがオープン。今年は全国の百貨店にも展開していきます。



甲州ワインEU輸出プロジェクト (KOJ=KOSHU OF JAPAN) 若き造り手とプロデューサーが語る

世界進出は、
市場開拓だけでなく
造り手の意識向上にもつながる

KOJホームページ：<http://www.koshuofjapan.com/>



KOJプロデューサー
小笠原結花さん

ロンドンに留学し世界のワイン市場を学ぶ。KOJでは造り手と行政、現地コンサルタントとの間に立ち、プロモーション活動の舵取り役を担う。

ロンドン市場に 認められることが、 世界市場への大きなステップ

— KOJ設立のきっかけは？

小笠原・甲州ワインはこの十数年間で品質が飛躍的に向上しました。それに伴い国内の専門家はもちろん、海外からも注目されつつあります。また、今は日本食に代表される健康志向の料理が人気です。そうした料理に合う甲州ワインを、世界に知ってもらうための機が熟したことが、設立につながったと思います。

雨宮・僕の場合、市場を広げるだけでなく、自分たちが造ったワインの味が海外で評価されることは、

これからのワイン造りにもすごく有益だと思いました。

野沢・海外で甲州ワインが脚光を浴びれば、国内でも、

イメージアップ戦略

広報PRの推進

山梨情報を発信し、「やまなし」のイメージアップを図ります。

フィルムコミッション

イメージアップと誘客を図るため、フィルムコミッションにより、映画やテレビの撮影を誘致し、映像を通して、魅力を広く発信していきます。



富士の国やまなし館リニューアル

東京日本橋にあるアンテナショップ「富士の国やまなし館」は、今年6月、リニューアルオープンしました。県産品のブランド化に向け、県内各地の生産者と密接に連携しながら、旬のフルーツや芳醇なワインなど、やまなしが誇る「すぐれもの」の販路拡大に取り組むとともに、四季折々の観光情報を首都圏の皆さんに発信していきます。



コミュニケーション拡大戦略

口コミによる情報発信の強化

密度の濃いコミュニケーションを展開し、消費者の心の中にやまなしブランドを構築します。

やまなしサポーターズ倶楽部

やまなしサポーターズ倶楽部の会員は、山梨ゆかりの著名人の皆さんです。その強力な情報発信力で豊かな自然、フルーツ、地場産品など、やまなしの魅力をさまざまな機会にPRしていただき、イメージアップを図っています。



ビタミンやまなしキャンペーン

東京圏の30〜40代の女性をターゲットとして、「美」「健康」「癒し」をテーマに、やまなしの優れた地域資源をイベント、WEB、AD、テレビ、雑誌やテレビによりPRしています。今年度は、アナウンサーの中井美穂さんをメッセンジャーに起用し、キャンペーンを展開していきます。



小中学生に対する「やまなし魅力教育」

小中学校でホームページ、教材などを活用し、「やまなし」について児童・生徒に学んでもらい、自分の住む地域に誇りが持てるようにしています。



県職員がやまなしブランドの広報マン

県職員一人ひとりが、名刺の裏面広告、メール3行広告、職員ブログ「やまなしものがたり」<http://plaza.rakuten.co.jp/machi19yamanashi/>など、やまなしブランドをPRしていきます。



メール 3行広告

【やまなしPR3行広告】
わたしの人生に ビタミンやまなし。都市生活に必要なビタミンは、AからZまで26個。栄養学的なビタミンと違ってどれかが欠けていても困りませんが、すべて揃ると美しいです。26個のビタミンは、やまなしで揃えます。
■26個のビタミンは...
<http://www.vitamin-yamanashi.jp/>

海外メディア戦略

海外の放送局と連携し、やまなしブランドの魅力を伝える番組を制作し、現地で放送する予定です。



歓迎山梨!!

(ようこそ やまなし)

山梨の魅力メッセンジャー制度

県内の大学等に在学している学生を対象に、本県の自然や歴史などを学ぶ講座や現地視察を通して、山梨のファンになってもらい、卒業後も全国各地で「山梨の魅力」を伝えてもらいます。



山梨の魅力伝えます!

株式会社山梨ワイン
野沢たかひこさん
2年間ブルゴーニュで修行。勝沼の気候風土を生かしたワイン造りにこだわる。



ロンドンでは 予想以上の反響が

— 手応えはありましたか？

野沢・最初なので、まずは甲州ワインを知ってもらうつもりで出かけたから、いろいろな人がすごく興味を持っていて、「この商品を取り扱いたい」と言われたり、反響の大きさに戸惑ったほどです。

どです。

小笠原・今回のプロモーションがきっかけになって、著名なジャーナリストが、新たな品種として甲州を高く評価しています。また、北欧やロシアなどからも問い合わせが来ています。

— 今後の目標は？

野沢・日本食に合う甲州ワインとして、EU市場の一部を占められるようになつたらいいですね。

雨宮・KOJはワイナリー

だけでなく農家にとつても夢を共有できるプロジェクト。世界で評価されることは造り手のやる気を引き出してくれるので、今後も継続して取り組んでいきたいと思っています。

小笠原・来年度までに、甲州ワインの存在をEU市場で認知してもらい、それぞれの造り手が販路を築けるように基礎固めをしたいと思っています。

株式会社ダイヤモンド酒造
雨宮吉男さん

ブルゴーニュでの修行で学んだ本場の手法で、世界に通用するワイン造りを目指す。