

「はっぴー やまなし」ブランド構築フロー

山梨県ブランドのコンセプト「暮らしやすさ 日本一」

新たな需要の開拓、拡大 (ターゲットの明確化)

行政

「はっぴー やまなし」山梨ブランド

「はっぴーやまなし」

推進計画・戦略

システム化・視覚化

行政 PR

農産物 畜水産物  
特産加工品・宝飾品  
観光

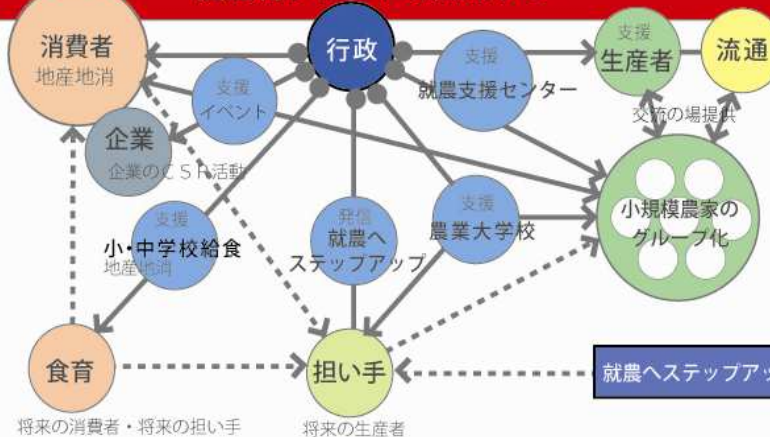
行政内の連携  
生産者・消費者・行政  
の連携の見直し

山梨県(県民)の  
コミュニケーションツール

農産物「はっぴー やまなし」ブランド

行政  
発信

山梨県内(県民)がコンセプトを理解し  
農産物ブランドを認知する



県民全体  
発信

行政  
発信 PR

「暮らしやすさ 日本一 やまなし」

「はっぴー やまなし」山梨ブランドの確立

農産物「はっぴー やまなし」ブランド  
「健康で安心安全」新規消費者  
新たな需要の開拓、拡大

流通

差別化によって新たな観点からの流通

企業

食品関係の企業

消費者

差別化によって新たな観点からの需要

消費者

特徴の有る農業によって新たな担い手  
(新規就農者)

「はっぴー やまなし」ブランド導入と視覚化具体例

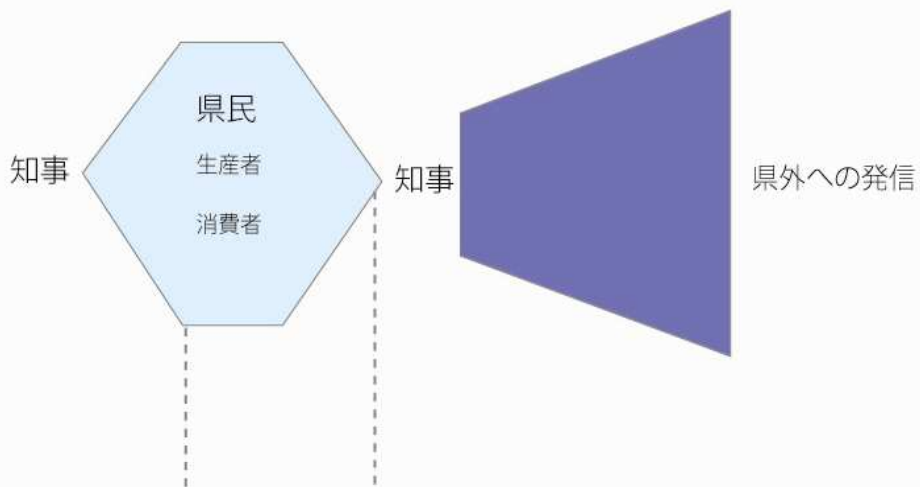


■ 導入前と導入後のキャンペーン 導入時の各種セレモニーを一斉に行うことが大切

「はっぴーやまなし」山梨県ブランド導入の効果

現状

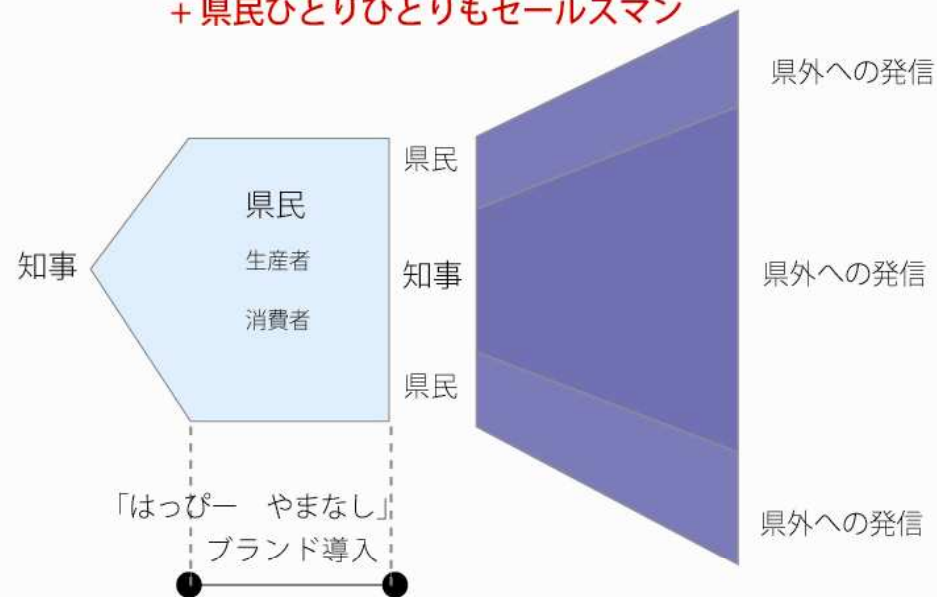
発信源 = 知事のトップセールスマン



コンセプトがないので、行政、関係機関等がそれぞれ生産者支援を行い、それぞれが独自にPR活動をしている。  
消費者からすると、聞くもの、見るものが全てバラバラで、統一性がない。

ブランド導入

発信源 = 知事がトップセールスマン  
+ 県民ひとりひとりもセールスマン



「暮らしやすさ日本一」をコンセプトに生産者支援/消費者PRをしていく。  
県民の生活の質を高め、同じ想いになるように「はっぴー やまなし」を繰り返し見聞きできるようにロゴマーク等を導入し視覚化する。





## 農産物「はっぴー やまなし」ブランドの展開

現在、農産物に対する消費者の関心は「健康や安心・安全、環境」に向けられています。

「スローフード」「ロハス」などの活動が世界中に広まっていることからわかります。すべての消費者が関心を持っているわけではありませんが、健康志向の情報やおいしい食品の情報にはかなりの割合の消費者が敏感になっています。また、行政も「食育」に真剣に取り組んでいます。こうした傾向にある消費者の需要は、特に首都圏を中心として大幅な拡大が見込めます。

そこで、「はっぴー やまなし」農産物ブランドのコンセプトとして「安心・安全な農産物」を強調し展開していくことで、首都圏に近いという山梨県の地理的優位性を活用して「健康や安心・安全、環境」に関心のある消費者市場をあらたに開拓、拡大します。

### 「本当のおいしさ」の条件

太陽 ・ 空気 ・ 水 ・ 森林

### あらたな付加価値の強調

健康で安心安全

現在の農産物市場

あらたな農産物市場の開拓と拡大

既存の各ブランド品と農産物

首都圏の健康や安心・安全、環境を考える人、企業  
「はっぴー やまなし」農産物

現状は「桃のブランド」岡山/福島、「ぶどうのブランド」は長野、「サクランボのブランド」は山形、が確立されてしまっている。そこで、新たな付加価値「健康で安心安全」をプラスすることで、他県の桃ブランド、サクランボブランド、ぶどうブランドを山梨県へ移行させます。

既存の山梨県特選農産物ブランドを、より価値あるものとし、確固たる山梨ブランドの地位確立をめざしていきます。

マーケットインの考え方から生まれる市場

「はっぴー やまなし」山梨県農産物ブランドは

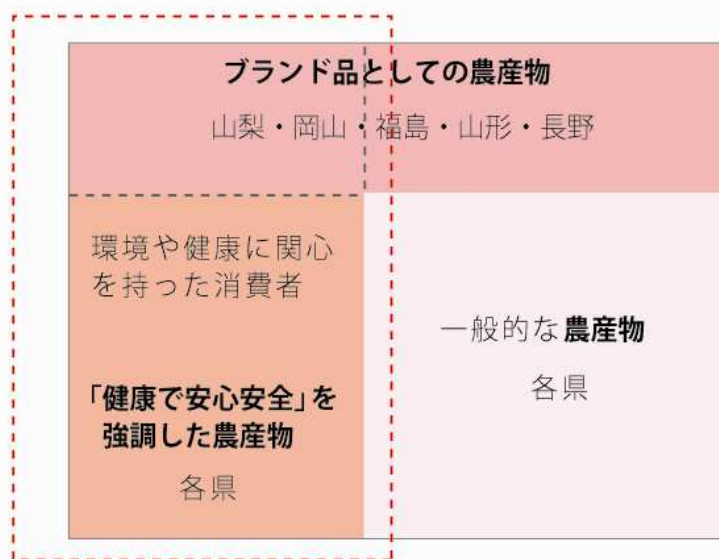
「健康や安心・安全、環境」に関心のある消費者をターゲットにし、統一コンセプトに基づいた山梨県農産物ブランド

「はっぴー やまなし」農産物ブランド

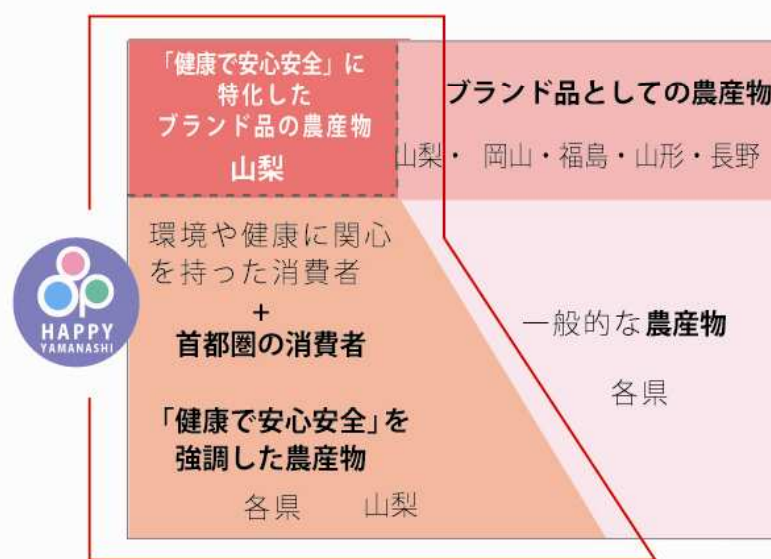


「はっぴー やまなし」山梨県農産物ブランドのターゲット市場は「健康や安心・安全、環境」に関心のある消費者市場

現状と新しい市場の開拓



新しい市場の拡大の見込み



### 農産物「はっぴー やまなし」ブランドの指針

1. 健康で安心安全「はっぴー やまなし」農産物を生み出すための農業全体の底上げを行う。
2. 健康で安心安全「はっぴー やまなし」農産物の質の高い素材を提供してくれる小規模生産者を守る。
3. 山梨県産農産物のあらたな市場の開拓と拡大を行う。
4. 子供達を含めた消費者全体に「食」の教育を行う。
5. 郷土料理や農産物加工品の価値を高める。

「小規模生産者」ではない大規模生産者や農業生産法人には、県内で消費してもらうことに積極的に力を入れていただき、「地産地消」をさらに強化する。個人の小規模な生産者は、単独では大規模なイベントや販売促進活動への参加が難しいため、ネットワーク化をすすめ、一つのグループとして、農産物「はっぴーやまなし」ブランド展開の中に組み入れる。そうすることで全体としてアピールしていくことができると考える。

### 農産物「はっぴー やまなし」ブランドの構築

それには、まず、山梨県産農産物の生産を継続していくことが大切である。そのためには、県の支援は欠かせない。既存の補助制度を地域の生産者が必要なときに、有効活用できる仕組みが必要であり生産者同士の結束を強めてネットワーク化することも大きな力になると考える。



### そのために必要な具体例として

- 山梨県民または県外観光客の山梨県産農産物についての認知度を県内の農産物直売所などで調査する。
- 特徴のある生産（無農薬や有機栽培など）をしている生産者を特徴のある農産物を求めている企業等とが会する機会を設ける。
- 地域にあった農産物の提案やジビエの特産品化などを検討する。
- 生産者と消費者との交流ができるイベントなどは、若い世代にピーアール可能な効果的な演出により行う。
  - ・ブラの村祭り、パリのマルシェなどの雰囲気（既存の農業まつりを刷新するような県内巡回開催、まちまるごと農業まつり、移動式マルシェなど）
  - ・おしゃれ（イベントテントに長机ではなくて、マルシェワゴンのような売場など）

### 生産者への具体的な支援例として

- 多くの生産者は日々の農作業に追われ、様々な制度や情報を得る機会が少ないと聞きます。そこで、農業まつりなどのイベントの際に、新規就農者、女性、若者どおしの交流の場や異業種との交流の場を設ける。
- 指導者だけでなく、年齢や経験の少し先輩の生産者の情報提供や就農ロールモデルと接する機会を設ける。
- 近年、企業のCSR活動として、持続可能で環境負荷の少ない農業技術の開発支援や、環境教育の場、そして食料生産の場として農業に参入するという事例があります。そこで、「〇〇会社の畑」として、山梨での農村活動を提案したり、食品加工の企業などには山梨県の農産物を材料とした商品の開発を提案する。
- 首都圏には就農希望学生が多いと聞きます。就農支援センターにより山梨県での農業を効果的なPRと魅力的な情報の提供をしていく。

- 農業大学校が実施している「あぐり探検隊」を親子だけではなく、大人も対象にして多くの県民が参加できる機会を増やす。
- 近年、県内でも子育て支援グループが各地に結成され、活発に活動しており、その活動に農業体験を取り入れる例も多くみられます。そこで、遊休農地を防ぐということを前向きに捉えて、子どもの農業体験のメニューとして、子どもたちが地域の生産者と草刈りなどを体験する「ぼくらが守るんだ！耕作放棄地なんていわせない！」支援を実施する。

#### さらに、生産者のフォローアップのための支援例として

- 普及指導員による指導の充実
- 県農政部OB、農協OB、指導農業士OBなどの人材資源を「農業のトータルコンサルタント」的に活用する。
- 新しく就農を考えている人に対する相談窓口をわかりやすくすることと、初めて農業をする人には、農業を職業とすることの意味から、農業経営に必要な専門的な情報等を段階的にステップアップしていく指導方法を整理する。

#### 「はっぴー やまなし」を効果的にPRする一例として

- 県内には、既に、地元でとれた新鮮な農産物を販売する直売所が96箇所もあるので、この中で、首都圏に近い上野原、大月や静岡県に近い南部、身延、そして、長野県に近い小淵沢、白州の直売所を山梨県産農産物全体をPRする拠点に位置づけると、「はっぴー やまなし」のようなブランドを展開するときにも効果的ではないかと思います。  
例えば、首都圏から富士山方面へ日帰りで訪れる人にアピールできると、「次はここに行って買い物をしてみよう」となって、峡東地域、南アルプス方面や八ヶ岳方面へも気軽に繰り返し足を運んでいただけるようになるのではないかと思います



#### 農業者に今一度考えてほしいこと

- ・ 生産しているものに対する自信をもつこと。そして、自分が生産した農産物についてきちんと説明できること。
- ・ 農業には、「対話」が大切であること。疑問は質問し解決する。意見は大切に聴く。
- ・ 自分だけが良ければよい。ではなく、山梨県の農業全体が発展していく努力を惜しまないこと
- ・ 新規就農者を育てる意識。次世代を育む意識をもつこと

#### 消費者に今一度考えてほしいこと

- ・ 「食」に対する意識をもつこと
- ・ 山梨の農産物にはなにがあるのか知ること
- ・ 農業について知ること
- ・ 農業者との交流の機会を活用すること
- ・ 山梨の農産物を進んで買い、農業者に感想を伝え、県外へPRすること

以上を提出します。

私たちの企画を少しでもご理解いただき、山梨県産農産物のブランドづくりのための推進体制を整えていただければと願っています。



## 「はっぴーやまなし」の企画に寄せて

今、日本の農業には、農家の後継者、遊休農地、農産物の流通、農産物の輸入、食に関わる全ての安全安心など、様々な課題が山積しています。また、農山村地域の過疎化、高齢化がこれらの課題に拍車をかけている状況です。

このような様々な課題を抱えた中で、私たちのテーマである「農業農村の活性化」をすすめるための政策は、今、まさに見直しの好機にきていると思います。

さて、山梨県をみてみますと、高齢化先進県でもあるゆえに、課題は変わりありませんが、清らかな水資源に恵まれ、日照時間も全国一という太陽の恵みあふれる自然条件が揃っています。まさに「宝島やまなし」です。

そして、この恵まれた自然を生かして、果樹・水稻・野菜・花きの栽培、中でもぶどう・もも・すももは全国トップの生産量を誇り、優良品種も開発されています。さらに、おいしいお米も生産され、なす、とうもろこし、キャベツ、レタスなどの野菜も首都圏、中京圏では時期によっては貴重な産地となっています。園芸ブームの中で、優良品種となる花を生産していますし、ワインビーフやふじざくらポークは、私たちにも身近で購入できるようになっています。

このように、自然条件を追い風として、大都市圏からの立地条件も活かしたすばらしい農業生産をあちらこちらにみるにつけ、山梨県こそ、新しい農業・農村生活スタイルの最適地域と確信し、今こそ大きな声でピーアールし、農業県としての山梨を復活させて、県民にとっても地域の生活の軸に元気な農業があるという、山梨ならではの農業農村であってほしいと願ってやみません。以上のとおり、県民の一人ひとりがトップセールスマンとなって、安全・安心な農産物を日本全国そして近隣アジアへも発信できるよう、なお一層の農業農村の活性化を図るため、私たちの提案「はっぴー やまなし」をいかしていただきたいと思います。

平成19年10月25日(木)

於：山梨県立男女共同参画推進センターぴゅあ総合

天沼 操 井波希野 遠藤早苗 小俣はる江 片岡みさほ 加藤恵美子 軽部妙子 佐藤裕子 八木千恵子(50音順)