

「ブランド化戦略」に基づく 宮城県産せりのPR事業について

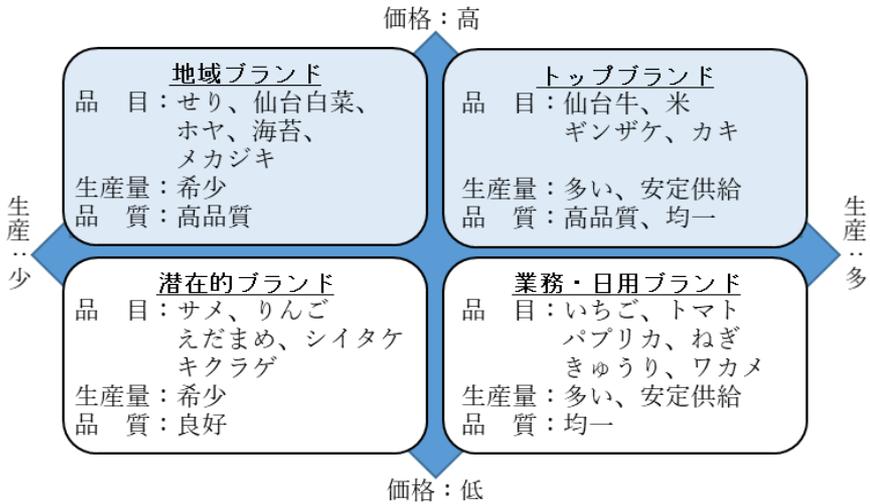
宮城県農政部食産業振興課
ブランド推進班

4つの方針

- 1 消費者の共感・感動を生むブランド化の推進
- 2 適切な販売先の選択と、それに応じたブランド化手法の構築
- 3 「食材王国みやぎ」を牽引するトップブランド品の創出
- 4 風土・食文化に根ざした地域ブランド品の育成

➤ みやぎの「食」のブランドを4つのカテゴリーに規定

➤ 品目ごとの特徴を踏まえた「ブランド化戦略」を策定



みやぎの「食」ブランドの類型

品目によって、ブランド化の課題は異なる。生産から消費までの課題解決のため「ブランド化戦略」を策定し、適切な販売先とブランド化手法の選択



ブランド化戦略策定の経緯～戦略の策定品目の選定について

ブランド化にあたっての将来性などから県で選定



品目1：せり

- 出荷量全国1位
- せり鍋ブーム
- 「河北せり」の地理的表示（GI）登録
- 競合する産地が少ない
- 県の「園芸特産振興戦略プラン」の県戦略品目となっていること

品目2：メカジキ

- 水揚量全国1位
- 気仙沼のブランド化の取組
- 高い品質
- 競合する産地が少ない
- MSC認証取得への取組



ブランド化戦略策定の経緯～戦略策定の方向性

実施内容 ※R3年度実施 ※NBCコンサルタンツ株式会社（経営コンサルティング）に業務委託



- 自社環境、市場環境、競合環境の分析
- 生産者、実需者、消費者、専門家へのアンケート及びインタビューの実施
- 販売先、販売戦略の立案
- 販売先別の施策立案



ブランド化戦略「せり」の概要～宮城県のせりを取り巻く環境①

せり消費者アンケート（全国の消費者770名を対象）

◆せりを知っていますか？

はい	いいえ
77.7%	22.3%

◆せりの産地として知っているエリアは？

ひとつも知らない	仙台せり	河北せり	観音寺せり	三関せり	京せり	四万十せり
63.8%	20.3%	1.2%	0.3%	1.7%	11.4%	1.3%

- せりの認知度は78%と高い
- 一方で半数以上がせりの産地を知らない

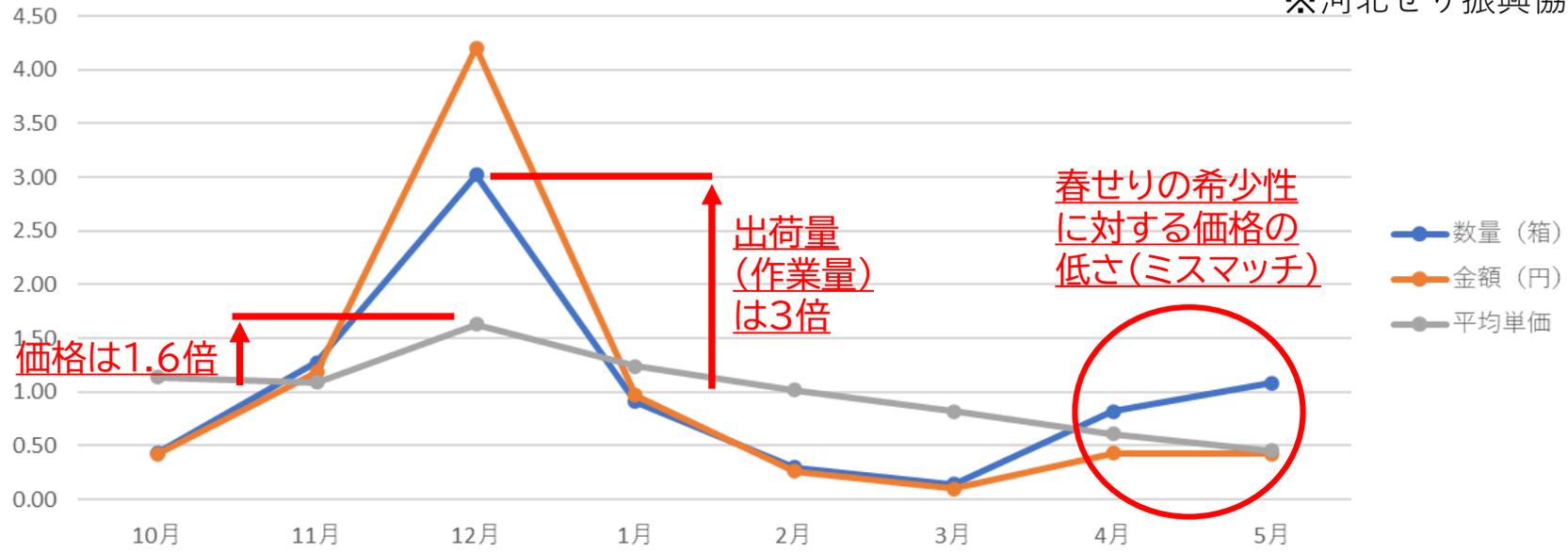
せりの産地として「宮城県」の認知度を
上げる余地あり

ブランド化戦略「せり」の概要～宮城県のせりを取り巻く環境②

宮城県のせりの強み・弱み

河北せりの出荷数量、出荷金額、平均単価(H30～R3年度の平均値の指数)

※河北せり振興協議会提供



強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 生産量日本一 ➤ 他の野菜より単収が高い ➤ 「せり鍋」の時期の需要の高さ 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 生産量の拡大が困難(機械化できない、生産者の高齢化、人手不足) ➤ 鮮度落ちが早い、変色が起きやすい ➤ 選別時の高い廃棄率(50%) ➤ 使用法が「鍋」に限定

ブランド化戦略「せり」の概要～宮城県のせりブランド化の方向性と戦略

ブランド化の方向性

①せり認知機会の増加

せりの産地「宮城県」の認知度向上のため、季節や場所を問わず、宮城のせりに触れる機会を創出



ブランド化戦略

①マーケット付加戦略

- 冬以外の需要の底上げ:春せり、花や実の活用
- 通年・全国での展開:加工品の開発
- 廃棄部分の有効活用:加工品の開発



令和4年度に実施

②せりファンの増加

他産地との差別化ため、宮城のせり産地や生産者のファンを増加



②観光誘引戦略

- せり産地への誘導、周遊の促進
:観光イベントの実施

③ブランド品質の担保

産地や生産者による品質のばらつきを改善し、ブランドとしての品質を担保



③ブランド構築戦略

- GIに加え、サイズ、色味、鮮度等の認証基準によるブランド品質の担保
- 仙台、河北等の産地間連携による拡販メリットの増大
⇒包括上位ブランド(例:みやぎせり)の導入

R4年度に実施する宮城県産せりのPR事業について～概要

ブランド化戦略に基づくせりのPR事業の概要

目 的

- ① 10～2月に出荷される冬せり(根せり)と比較して需要の少ない、3～5月に出荷される春せり(葉せり)の消費拡大による単価向上
- ② 通年での収益の確保

実施内容

- ① 春せりの消費拡大のための消費者向け情報発信
 - イ 春せりの家庭用レシピの開発
 - ロ 春せりの魅力を発信するWEBサイトの制作
- ② せりの新たな利用方法の開発、訴求
 - イ 通常廃棄される部分や花・実の活用など、せりの新たな利用方法の検討や加工品の開発
 - ロ せりの新たな利用方法の実需者への訴求

実施体制

ブルーファーム株式会社(大崎市)に業務委託し実施

R4年度に実施する宮城県産せりのPR事業について～①春せりの消費拡大

春せりの家庭用レシピの開発

① せりかけごはん(S.K.G)

春せりの一般的な調理方法である「おひたし」を発展させたレシピ。
子供向けにご飯にかけても、大人向けにお酒のつまみとしても美味しくいただける一品。

② せりフォルニアロール

アメリカで親しまれている巻き寿司「カリフォルニアロール」に春せりを活用。
同じGI取得食材のみやぎサーモンとの相性もよく、彩り豊かな一品。

③ 春せりの豚バラ肉巻き焼き

博多で大人気の青ネギの豚バラ肉巻き焼きをオマージュした一品。
せりを豚バラ肉で巻いて焼くシンプルなレシピの為、親子で一緒に調理できます。

④ 春せりと宮城県海産物の和風チヂミ

韓国の人気料理「チヂミ」のニラを春せりで代用し、県産の海産物(牡蠣)を取り入れた一品。
ごはん、お酒との相性も良く、子供から大人まで大人気の商品。

- お披露目会(5月17日実施)
- レシピ動画の作成
- WEBサイト、cookpadでの公開
- Webメディアへのプレスリリース
- スーパー等でのPOP展開



レシピ開発講師

恵比寿 フランス料理 レストランヒロミチ 小玉 弘道 氏

ミシュランガイド東京で
1つ星を獲得
実力派フレンチレストラン

青山「アンフォール」フランスの三ツ星
「ジャルダン・デ・サンズ」で修行し帰
国、赤坂「シマン」の初代料理長として、
ミシュランガイド東京1つ星を獲得
したのち、「レストランヒロミチ」を開業。
「レストランヒロミチ」でもミシュランガ
イド東京1つ星を獲得。「小玉弘道」が作
る、実力派フレンチレストラン。



小玉 弘道

春せりの魅力を発信するWEBサイトの制作

春せり

春せりとは

春せりのつくり手

レシピのつくり手

春せりの魅力

春せりの魅力

購入できる店舗

関連リンク

春せり

R4年度に実施する宮城県産せりのPR事業について

～②せりの新たな利用方法の開発, 訴求

せりの新たな利用方法の検討や加工品の開発

- 無選別せりを用いた加工品(冷凍品)の試作
 - ・「無選別せりの塩ゆで」「無選別せりのペースト」
 - ・上記をトッピングするパスタソース
- 試作品のモニター販売

購入する



春せりと
宮城県海産物の
和風チヂミ

こちらのチヂミはダマ〜となります。せりは何回かの多年草で、日本全国の山野に自生しています。古く奈良時代にはすでに食用とされていた形跡が古事記、万葉集に残されています。水分の多い土壌を好み、沢や河川の沖原などに繁殖しています。栽培も難しく行われ、水田畑を離れた後やアザなどにも汎用されています。現在は繁殖抑制されたものが多く出回っています。

0,000円 消費税込・送料別

[ご購入手続きへ\(外部サイトへリンクします\)](#)



せりの新たな利用方法の実需者への訴求

- 加工品化に関するイベントの実施(10月)
試作品の試食、食品製造事業者様より
事例紹介、意見交換 等

