

秋 田 米 ブ ラ ン ド 推 進 室

【主な所掌事務】

(秋田米ブランド推進チーム)

- ・「サキホコレ」のブランド化推進
- ・秋田米新品種ブランド化戦略本部の運営

事業名		サキホコレ！トップブランド確立事業【デジタル田園都市国家構想交付金】			担 当		秋田米ブランド推進チーム	
事業年度		令和４～７	事業主体	県、秋田米新品種ブランド化戦略本部		当初予算額		94,054 千円
事業目的	「サキホコレ」が全国トップブランドの地位を確立するため、高品質な米の安定供給に向けた生産対策、訴求力のあるブランドイメージと販売チャネルの構築を目指す流通・販売対策、認知度と関心を高めるための戦略的な情報発信など各種対策を総合的に実施する。					財源内訳	国 庫	45,585 千円
							諸収入	20 千円
							一 般	48,449 千円
実施内容	1 事業内容							
	(１) 確かな品質で安定供給できる生産の推進事業 15,929千円（◎7,411千円、◎20千円、○8,498千円） ICTを活用した生育診断技術等を開発するほか、特別栽培のスタンダード化に向けた調査等を実施する。							
	①高品質を担保する生産							
	ア 施肥反応試験、肥効調節型肥料試験（農業試験場）、食味関連調査（32点）							
	イ タイムリーな技術情報の提供							
	(ア) 技術普及展示場の設置（20か所）							
	(イ) 技術情報の提供（サキホコレ技術情報の発行、SNS等を活用した技術情報の提供）							
	(ウ) 指導者研修会・生産者研修会の開催（５回）							
	②需要の拡大に対応した生産							
	ア ICT等を活用した栽培管理技術の開発							
	スマートフォンアプリによる生育診断、ほ場段階での玄米タンパク質含有率予測等							
	イ マイスターによる新規生産者等への指導体制の構築、生産者協議会の開催による技術の研鑽							
	ウ 作付推奨地域編入に向けたデータ収集（栽培試験35地区・1,186a）							
	③消費者が共感できる栽培体系							
	ア 特別栽培のスタンダード化に向けた栽培試験（農業試験場、現地４か所）							
	イ 特別栽培マニュアルの改訂及び概要版の作成							
	ウ 新規作付希望者説明会の開催							
	(２) トップブランド米の地位確立に向けた流通・販売対策事業 11,624千円（◎5,828千円、○5,796千円） ブランド化総合プロデューサーの監修の下、販売チャネルを拡大しながら、認知度とブランド力の向上を図る。							
	①ブランド化総合プロデュース							
	「サキホコレ」のブランド展開に関する企画・提案、指導・助言等							
	②流通・販売促進活動							
	ア 集荷業者と連携した販路の開拓、展示商談会への出展							
	イ 海外品種登録（中国、韓国）							
	(３) 認知度と関心を高めるための戦略的な情報発信事業 61,125千円（◎29,876千円、○31,249千円） 全国に向けて戦略的に情報を発信し、認知度を高め販売促進につなげるとともに、県内から応援する気運を醸成する。							
	①プロモーション							
	ア テレビCMの放映、各種広告の活用							
	イ イベントの開催（田植え・稲刈り）							
	ウ 試食キャンペーンの実施（量販店240店舗）							
	エ ファンづくりのための取組（学校給食、農業系高校での栽培実習、サキホコレ音頭大会等）							
	②推進活動							
	SNS・ウェブサイト等の活用							
	(４) ブランド化戦略推進体制整備事業 5,376千円（◎2,470千円、○2,906千円） 「秋田米新品種ブランド化戦略本部」及び「秋田米新品種ブランド化戦略」の円滑な運営を図る。							
	①秋田米新品種ブランド化戦略本部の運営							
	本部会議及び専門部会（年２回）の開催等							

