

# 【概要】令和8年度 いわき産農産物等プロモーション業務

市基本計画

基本理念

稼げる農業と次世代へつなぐ人づくりを実現し持続可能な産業へ

基本方針

稼げる農業の実現

基本施策

(2) 経営力の向上：ブランド力の強化/情報発信力の強化

業務目的

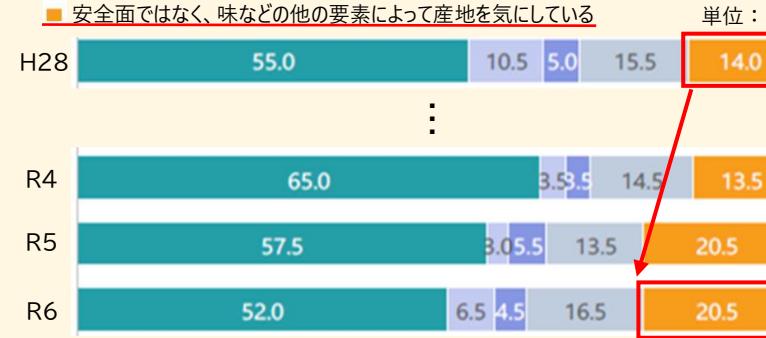
更なる風評払拭に向けて、いわき産農産物のブランドイメージを創出し、产地としての信頼を構築することで、消費拡大を図る。

現状と課題

※市実施の「消費者意識調査」結果より（対象：いわき市在住者200名）

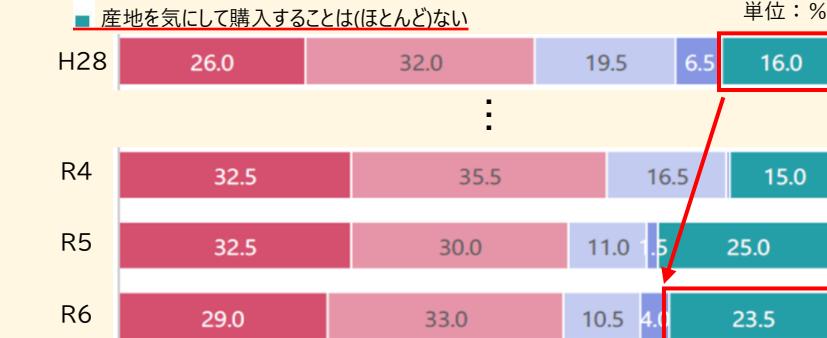
## ① 安全面を考慮した農産物の購入の考え方

- 流通している農作物は安全なので、产地を気にせず購入している
- 安全面が気になるので、可能な限り、海外産と福島県産は避けて購入している
- 安全面が気になるので、可能な限り、福島県産は避けて購入している
- 安全面が気になるので、可能な限り、海外産は避けて購入している
- 安全面ではなく、味などの他の要素によって产地を気にしている



## ② いわき市産の食品(農産物)購入についての考え方

- 売りいれば積極的に購入する
- 他産地と同レベルで購入するかを判断する(同じ値段でも味や鮮度などが良いと分かれば購入する)
- 同じ値段であれば、他産地のものを購入する(安ければ購入する)
- 購入しない
- 产地を気にして購入することは(ほとんど)ない



□ これまでの取組み等を通じて安全性への理解が進んできた一方で、本市では今もなお出荷等が制限されている品目がある。

□ また、農産物の購入時における判断基準が、原発事故由来の安全性の観点から食味や鮮度・見た目などの従来の判断基準へ移行してきていると推察。

## 取組みのポイント

### ★ 対象品目・ターゲット

- 「選択と集中」の手法により、対象品目は、国の野菜指定産地にも指定され、本市の主要品目である「トマト」と「ねぎ」とする。
- その商圈である、市内を中心とした県内市場（消費者）をターゲットに事業を展開する。



【ブランドトマト】サンシャイントマト（養液栽培）  
親バカトマト（土耕栽培）  
【季節限定ブランド】春トマト「うらら～ulala～」  
⇒多くの商品ラインナップで、県内に広く流通している

内求める  
内容

R5年度からブランディング・プロモーションを実施。  
取組継続により、更なるブランディングの強化を！



【JA】「地域農業振興計画」にて取組拡大品目とし、「選果調製施設」をR6に設置・R7に稼働  
【県】「いわき・ねぎならではプラン」(ねぎの振興策)を策定  
⇒関係機関が一体となり、产地復興の動きが加速化

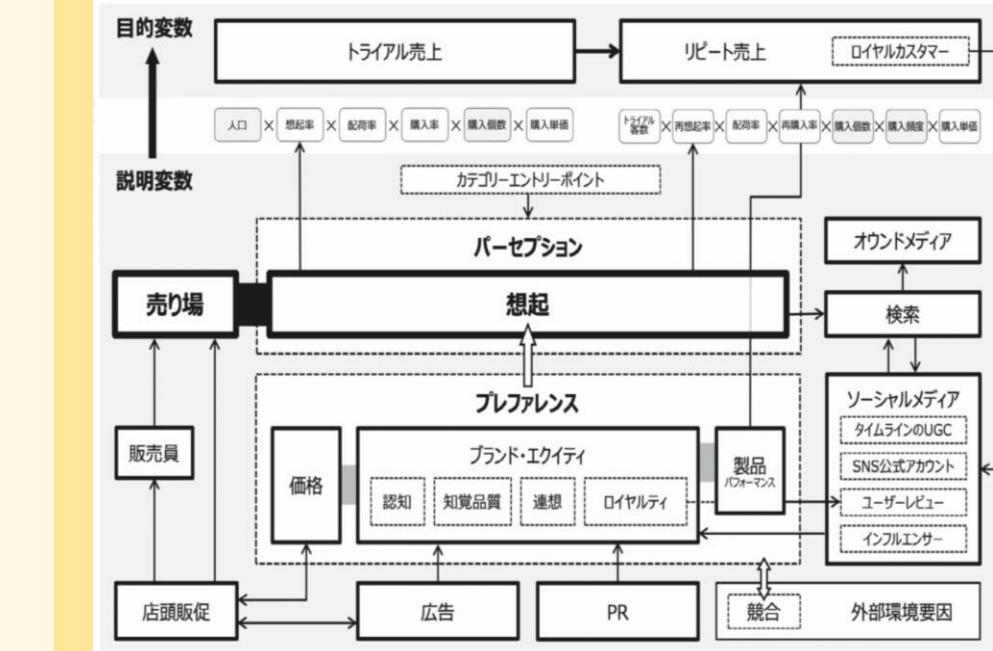
内求める  
内容

単なるブランディングに留まらず、JA・農業者も対象にした生産拡大に寄与するプロモーションを実施！

### ★ マーケティング戦略

- 「想起」を高めるためプレファレンス(のうちのブランド・エクイティ)を向上させる各施策(広告・PR・店頭販促・ソーシャルメディア・オウンドメディア)を展開する。

#### 「売上の地図」v3



【出典】池田紀行、株式会社トライバルメディアハウス(著)、「業界別マーケティングの地図」、第1版第2刷、P4、2024年3月29日、株式会社日経BP(発行)

#### 【市の既存リソース】

- オウンドメディア
  - ・いわきのめぐみNavi
  - ・春トマト「うらら」HP
  - ・私は主役HP



#### ■ ソーシャルメディア

- ・魅せる課 Facebook  
Instagram  
YouTube



## 業務内容

【事業費】29,193,000円

### ① いわき産トマトのブランディング・プロモーション業務

令和5年度から実施してきた取組の継続性を持ちながら、県内市場を対象とした、本業務におけるマーケティング戦略に基づいたメディアプロモーションやアクション企画を展開し、更なるブランディングの強化を図る。

### ② いわき産ねぎのブランディング・プロモーション業務

産地復興に向けた動きに合わせ、県内市場を対象とした、本業務におけるマーケティング戦略に基づいたメディアプロモーションやアクション企画を展開し、新たにブランディングを図るとともに、生産拡大に資するプロモーションを実施する。

### ③ 消費者意識調査

これまで定点観測を行ってきたアンケート調査を実施。（加えて、市場ニーズ調査等の実施などの追加提案も可とする）



## 成果指標

※市実施の「消費者意識調査」結果より（対象：いわき市在住者200名）

### ① 「トマトの産地と言えば、いわき」と回答する人の割合

現状 44.5% (R6)  
[参考値：36.5% (R5)]

目標 60.0% (R8)

### ② 「ねぎの産地と言えば、いわき」と回答する人の割合

現状 11.5% (R5)

目標 20.0% (R8)