

### 事例 那須地域の農産物を活用した魅力向上講座を開催（那須地域）

令和2年11月10日、TOKO-TOKOおおたわらにて、農産物や生産者の魅力を伝える写真撮影技術の向上とSNSへの発信方法や、地元野菜を使ったブーケ作りを学ぶ、那須地域の農産物を活用した魅力向上講座を開催しました。

県内を中心に活躍されている写真家柴 美幸氏(STUDIO CORD 代表)を講師に招き、ちょっとした工夫で上手に撮影する技術やコツを学びました。

さらに、那須地域の農産物を題材に、撮影機器の使い方や光の当て方の違いによるイメージの変化などを詳しく教えていただきました。

講座の参加者からは「写真の善し悪しで商品の印象が大きく変わってしまう」、「撮影のポイントを気にしながら商品のPRをしていきたい」などの感想を聞くことができました。



料理撮影の実演(右手前が柴講師)



地元野菜を使ったブーケづくりの様子

### (3)農産物の輸出拡大

「とちぎ農産物輸出戦略(平成28年2月策定)」に基づき、オールとちぎで県産農産物の輸出促進に取り組んできたところ、輸出額は右肩上がりです。平成30年度には過去最高の3億6,900万円まで伸びてきました。しかし、令和元年度は天候不順によるいちごの生育不良や新型コロナウイルス感染症の影響等によりいちごや牛肉の輸出量が減少し、輸出額は3億1,100万円と8年ぶりに前年度を下回りました。

令和元年度までは、県産農産物をPRするため、アジアや北米、中東などの国や地域でプロモーションに取り組み、輸出拡大を図ってきましたが、コロナ禍にあっては海外への渡航や店頭での試食などが制限され従来の取組が困難なことから、コロナ禍でもPR可能なデジタル技術の活用を力を入れました。

とちぎ和牛、とちぎの星、にっこり、スカイベリーなどの県産農産物をPRするため、海外向けPR動画を英語、中国語、タイ語で作成・発信するとともに、PR動画を見た方が詳細な情報を入手できるランディングサイトとし

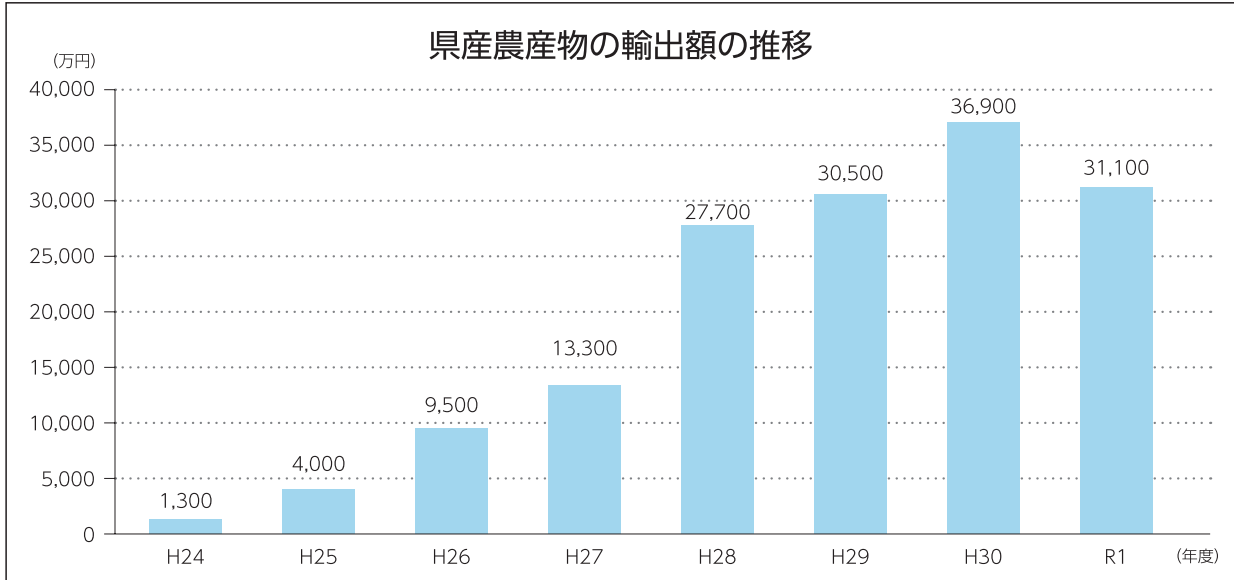


海外向け情報発信サイト

て海外向け情報発信サイト「FRESH FOOD TOCHIGI JAPAN」を開設しました。

また、いわゆる「巣ごもり需要」によりECサイトの利用が急激に伸びていることから、シンガポールやマレーシアでオンラインクッキング教室などを開催し、県産農産物ファンの掘り起こしによるECサイトの利用拡大を図りました。

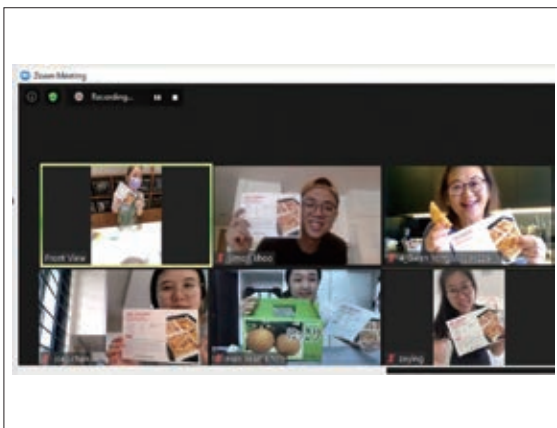
今後、コロナ禍においても、県産農産物の輸出が拡大できるよう、様々な状況変化に対応したプロモーションや輸出産地の育成などにオールとちぎで取り組んでいきます。



### 事例 コロナ禍を踏まえた新たな手法による県産農産物のPR

新型コロナウイルスの感染拡大により、ヒト・モノの移動に制限がかかり、県産農産物の輸出においても、築き上げた現地バイヤーとの信頼関係や現地消費者の認知度の低下が懸念されました。一方で、各国・地域において感染症拡大による外出制限等により、オンラインでの消費活動が活発になりました。

このような状況の中、海外に向けて県産農産物の積極的なPRを展開するため、オンラインでの取組を強化し、SNS (Facebook等)を活用した現地オンラインプロモーションやオンラインクッキング教室の開催、海外バイヤーや消費者向けの多言語表記による動画を作成したほか情報発信サイトを開設しました。



マレーシアで開催したオンラインクッキングの様子



海外向けPR動画

### 事例 益子町における新たないちご輸出産地の育成

県産いちごの更なる輸出拡大に向け、新たな輸出産地を育成するため、観光いちご園、運送会社、輸出事業者及び道の駅等が一体となって輸出スキームを構築し、香港への新たな輸出の取組を開始しました。産地から空港まで直送便とすることで、流通にかかる時間を短縮し、鮮度保持を図りました。また、輸出事業者のノウハウを生かし、このいちごを独自ブランドとなる「陽莓 HINATA ICHIGO」と命名し、高級感のある外箱を製作することで現地の販売において差別化を図るとともに、産地と輸出事業者が直接取引することで、現地の反応や産地の状況に応じた輸出が可能となりました。

今後は、取組生産者の拡大による数量の確保を図り、輸出先国における認知度向上や販路の拡大によりブランドの確立を目指します。



海外で新たなブランドの確立を目指す  
「陽莓 HINATA ICHIGO」



輸出開始に向けた生産者と輸出事業者との  
オンラインミーティング

### 事例 高校生による農産物及び加工品の輸出の取組

令和元年度から那須拓陽高校において農産物輸出に関する授業を行っており、初年度はGLOBALG.A.P.認証に取り組み、農場で栽培されたなしをマレーシアに輸出しました。

海外バイヤーの感想は「傷もなくきれいで、食味も、みずみずしくジューシー。」と好感触であり、生徒たちからも「海外への農産物輸出の大切さを理解できた。」との声が上がりました。

令和2年度は、高校生が製造している乳製品や発酵食品など加工品の輸出を目標に取り組みましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により輸出には至りませんでした。しかし、生徒たちからは「授業を受けて輸出に興味を持った。」などの発言があり、今後の取組に期待がふくらみました。



輸出授業に聞き入る高校生



輸出したなしを確認する海外バイヤー