

○千葉県海苔販売戦略に基づく行動計画(案)

資料 3-3

柱	項目	概要	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	
			2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	
I	千葉海苔ブランドの確立と強化	(1)キャッチフレーズ	千葉ノリ統一の『キャッチフレーズ』等を公募・表彰	①標語の公募・表彰 ②標語等を活用した販促活動	標語等を活用した販促活動	→		
		(2)食育授業	小学校での出張授業 ・ノリ養殖の理解促進 ・食文化承継 (給食・家庭向けサンプル提供)	県内小学校3校程度で実施(一斉給食等でのメニュー化)	→			
		(3)イベント等	・県内外での販促イベント(水戸市納豆とコラボ) ・コンビニ等	①千葉市ノリ消費日本一と水戸市納豆消費日本一との共同PR ②コンビニとのコラボ(検討)	→			
		(4)新ノリ	「新ノリ」販売をルール化	新ノリフェアの実施	→			
		(5)ファンづくり	『ノリ網オーナー制度』の実施	ノリ網オーナー制度の開始	→			
		(6)千葉の絶品ノリ	千葉ノリの最高級品ランクを設ける(『味』『色』『香り』で裏付けを作成)	試行	導入、リーフレット等作成	→		
		(7)青混ぜノリ	千葉特有の『青混ぜノリ』のブランド化	研究結果の効果的PR方法の検討	→			
		(8)ノリ旨味成分等科学的根拠	科学的根拠に基づく千葉ノリの優位性の検証	評価手法の検討	研究実施	①研究成果発表 ②販促活動開始	販促活動	→
II	インドバウ 外客への販売促進	急増する外客をターゲットに成田の免税店等での販売促進(東京五輪に向けたオール千葉の取組を踏まえた販売促進)	効果的な販促活動の検討	試行的に実施	本格実施	→		