

情報発信等戦略の期間

令和4年度～令和5年度まで

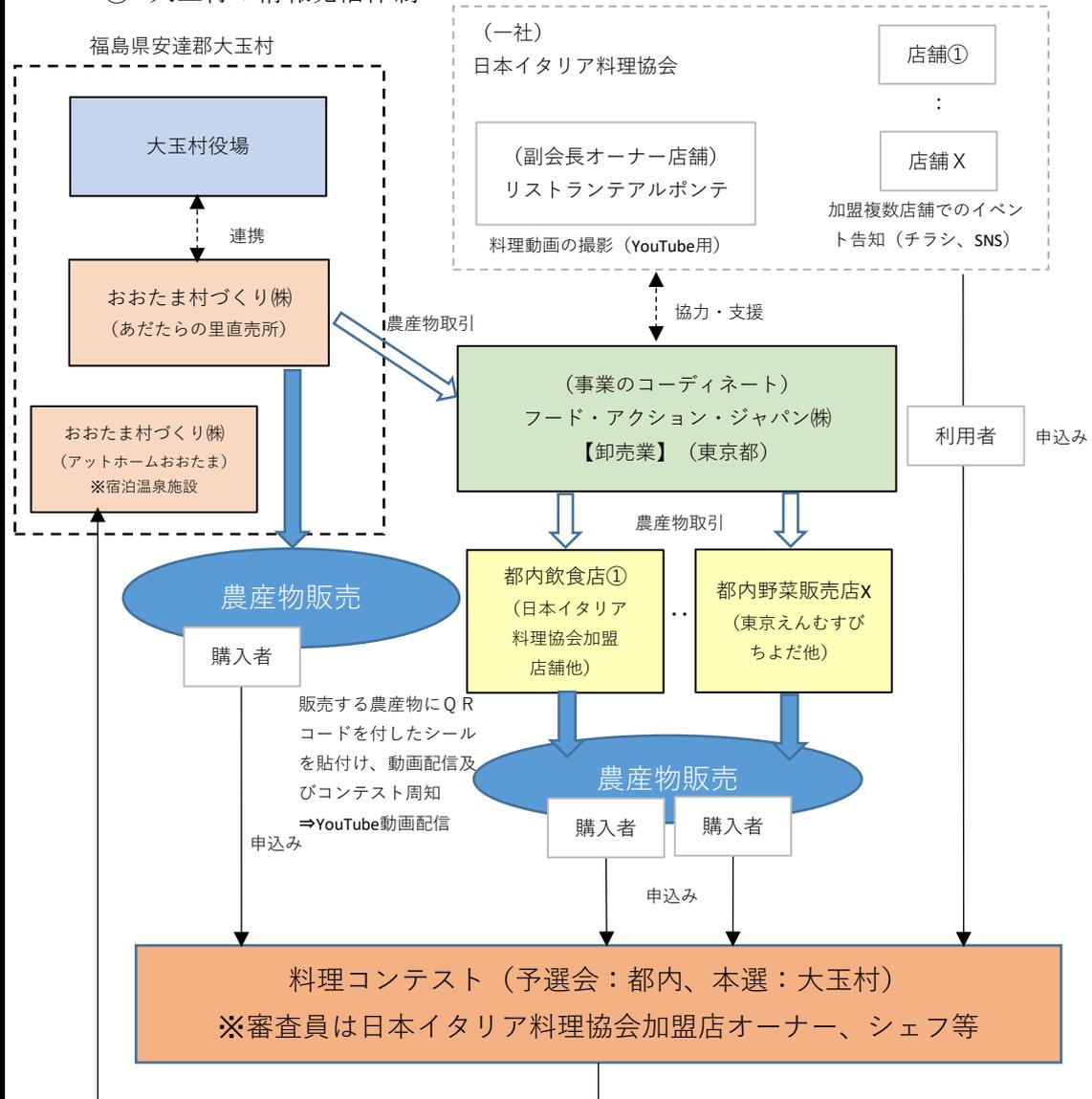
※ 令和7年度までのうち、対象市町村等が設定

情報発信等戦略

① 情報発信の内容

福島県大玉村農産物の美味しさと安全・安心をPRするため、都内有名シェフによる福島県大玉村産野菜を使用した料理動画の配信（出荷する農産物にQRコード付きシール貼付）とともに、日本イタリア料理協会の協力のもと、料理コンテストを開催し、予選会（東京都内）・本選（大玉村）を通じて、大玉村を知ってもらい、足を運んでもらうことで、福島県大玉村産農産物の美味しさと安全・安心など、魅力を発信する。

② 大玉村の情報発信体制

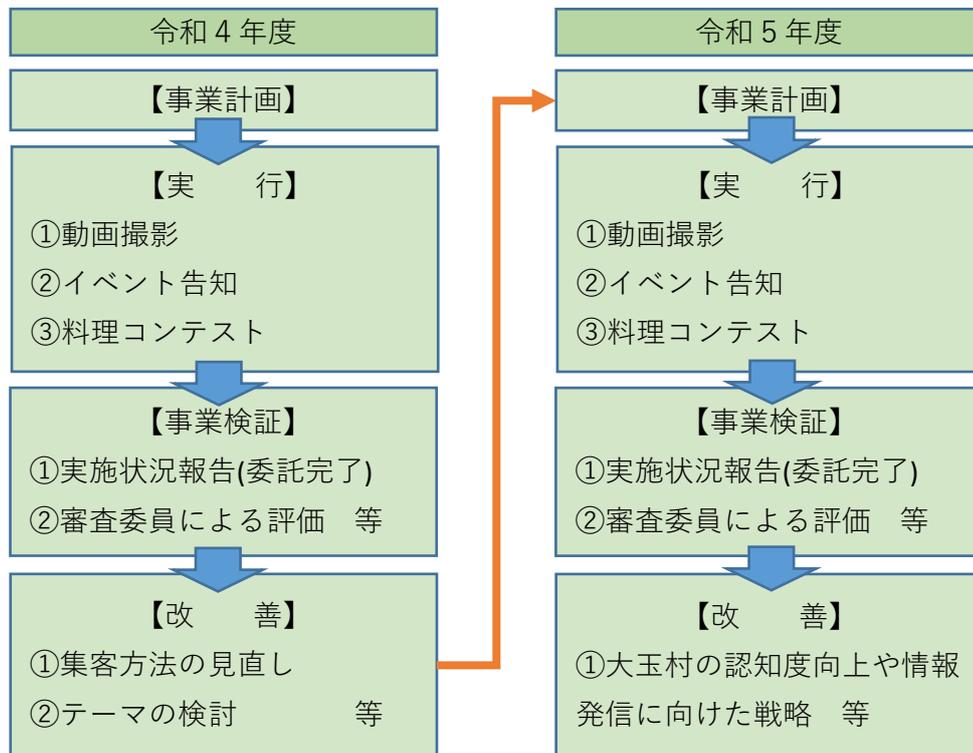


※日本イタリア料理協会は1988年に設立され、2019年現在、約300名の会員と約110社の賛助メーカーで構成されている。活動内容は、プロ向けの料理講習会やイタリア料理ファンのための一般消費者向け料理教室、展示会などの活動をしており、連携を図ることで会員（加盟店舗）及び賛助メーカーへの発信に繋がり、拡散が期待できる。

③ 情報発信等の戦略目標

- ・日本イタリア料理協会加盟の有名シェフによる大玉村産農産物を使用した動画（YouTube）を配信し、再生回数の増加を目指す。
- ・販売する農産物にQRコードを付したシール（動画（YouTube）再生、イベント告知）を貼付することで、多数の消費者による閲覧が期待でき、認知度向上と美味しさ、安全・安心のPRに繋がる。
- ・日本イタリア料理加盟店舗のオーナーやシェフ等が審査員として参画することで、大玉村産農産物の新規取扱いに繋がり、店舗での紹介やSNSでの情報発信が期待できる。
- ・料理コンテスト予選通過者を本村に招待することで、福島県大玉村の自然と食材の良さを体感していただき、SNS等での情報発信に繋げる。

④ 全体工程表



<令和4年度スケジュール（案）>

- 令和4年6月下旬 ①コーディネータ請負契約の締結
- ②テーマの決定
- 令和4年7月～8月 ③動画撮影（収録したものをYoutube公開。QRコード付きシールを作成し、野菜の袋に貼付け）
- ④チラシ作成（収録時に撮影した写真を利用）
- 令和4年8月～9月 ⑤東京都内店舗（2店舗）でQRコード付き農産物販売
- ⑥チラシを各レストランに設置、関係機関協力依頼
- 令和4年10月上旬 ⑥予選（予選会を都内で開催）
- 令和4年11月上旬 ⑦本選
- 令和4年11月下旬 レビュー（次年度に向けた評価及び課題）