



令和4年度「沖縄県産豚肉消費活性化事業」 実施報告書

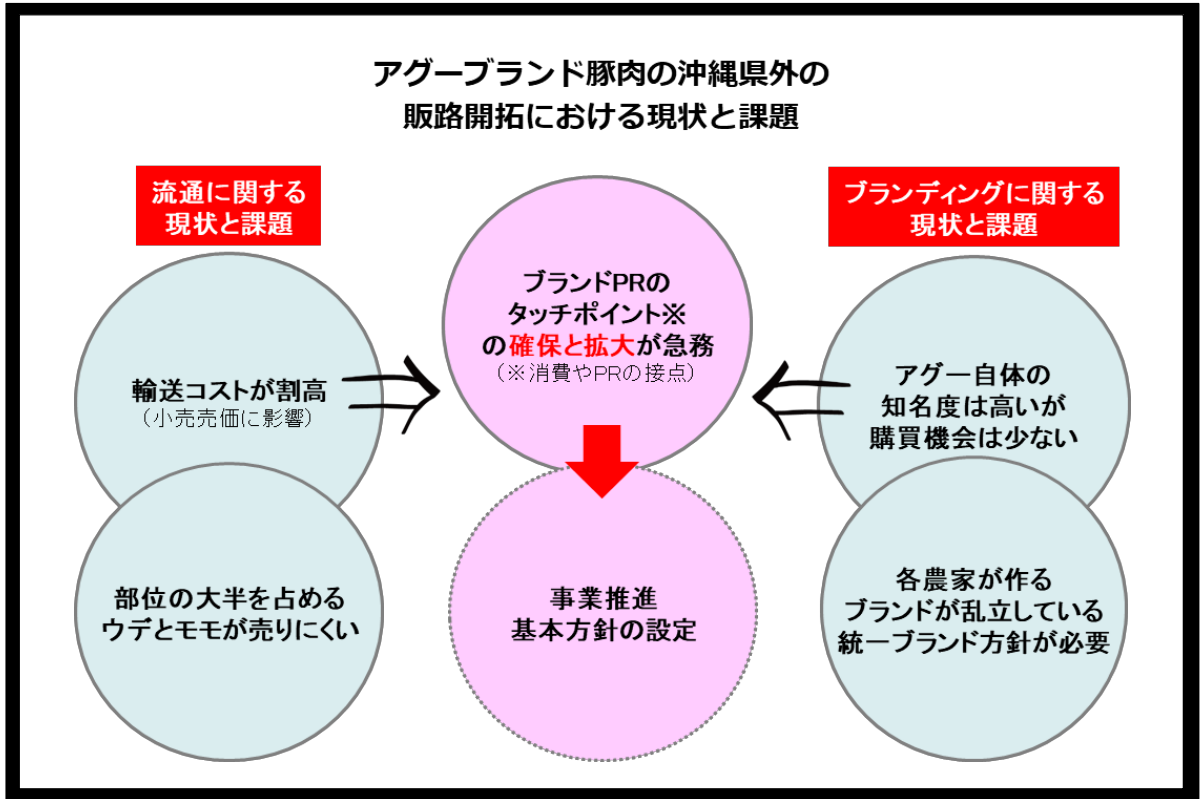
概要版

沖縄県農林水産部畜産課 畜産政策班



*Okinawan Brand
Pork Agu*

第1章:事業概要



現状と課題

本事業はアグーブランド豚肉の沖縄県外への出荷量を増やすことを目的とした事業である。事業実施に先立ち、沖縄県外への販路開拓における、現状と課題を以下にまとめた。

まず「流通」に関する現状と課題としては、2点が挙げられる。1点目は離島であるため輸送コストが割高であること。輸送コストが小売価格に影響し、流通のハードルとなっている。2点目はウデやモモといった部位が市場ニーズが少なく、余剰在庫となりやすいこと。他の部位に比べ余りやすく、在庫を抱える原因となっている。この2点がアグーブランド豚肉の流通における課題となっている。

次に「ブランディング」については、「アグー」という全体のブランドは確立されており、認知度は高いと言える。しかし、各養豚事業者が作るブランド豚については、各社のブランドが乱立しているというのが現状である。結果として、全体のブランド認知は先行しているものの、各社のブランド認知は置き去りになっている。またブランドが乱立していることで、まとまったブランド戦略が取りづらいということも課題である。

本事業では、こうした現状や課題を踏まえながら、ブランドPRのタッチポイントを探り、沖縄県外の新たな販路の開拓を支援していく。

第1章:事業概要



実施内容

(1)バイヤーツアー

沖縄県外のバイヤーを招聘して県内の生産地案内ツアーを実施し、県外バイヤーと生産者等のマッチングを行う。

(2)高級飲食店への展開

高級飲食店との定期的な取引の成立に繋げるためのアグーを使用したメニュー導入等を実施する。

(3)デジタルプロモーション

❶既存のeコマース(電子商取引)サイトを通じた販路拡大を行う。

⇒「郵便局のネットショップ」

「Amazon」

「こっくさん.com」

❷SNSの活用等によるアグー豚のプロモーションを行う。

⇒「料理通信」

❸沖縄県外への販路拡大に向け、沖縄県アグーブランド豚推進協議会HPの再構築を行う。

(4)販促ツールの作成

上記を実施するための販促ツールを作成。

⇒「レシピカード」

「卓上のぼり」

第2章:バイヤーツアー

バイヤーツアー1回目

リ・ファンクション、グラフィイト、トゥルーコンサルティング

9月1日(木)~9月2日(金)



実施内容

バイヤーツアー1回目は大手の給食事業者、外食産業、原料系メーカーとのコネクションを持つ「株式会社リ・ファンクション」の木塚氏と、本事業でEC通販への出品を支援する「株式会社グラフィイト」の野村氏、「トゥルーコンサルティング株式会社」の矢野氏を招聘し実施した。

<実施概要>

日程:2022年9月1日~9月2日

招聘者:

株式会社リ・ファンクション 代表取締役 木塚氏

株式会社グラフィイト 代表取締役 野村氏

トゥルーコンサルティング株式会社 矢野氏

リ・ファンクションは原料仕入や商品開発を行っている企業であり、仕入元や商品開発のパートナーとなる事業者を選定をするため、各事業者と商談を実施した。またEC通販支援を行う「グラフィイト」と「トゥルーコンサルティング」は支援開始前の課題ヒアリングを行った。

「リ・ファンクション」の木塚氏は現地で各事業者と顔を合わせ各ブランドのこだわりや取引条件等を確認した上で、アグーブランド豚を使用した新たな商品開発を進めることを決定した。

第2章:バイヤーツアー

バイヤーツアー2回目

料理通信社、パークハイアット京都「八坂」

10月4日(火)～10月5日(水)



実施内容

後述する料理系メディア「料理通信」でのアグーブランド豚紹介記事の掲載にあたり、料理通信社とパークハイアット京都のレストラン「八坂」の久岡シェフを招聘し、記事取材と並行して、バイヤーツアーを実施した。

<実施概要>

日程:2022年10月4日～10月5日

招聘者:

株式会社料理通信社 取締役 坂西氏
パークハイアット 京都「八坂」久岡シェフ

料理通信社は東京の料亭「荒木町 きんつぎ」と、東京神楽坂のフレンチ「ルグドゥノム ブション リヨネ」にコネクションを持つ。今回はこの2店舗にパークハイアット 京都「八坂」を加えた3店舗でアグーブランド豚肉フェアを開催。フェアの開催に先立ち、実際に養豚場を訪れ、飼育環境や飼料といった、各ブランドのこだわりへの理解を深めた。

2ブランドの豚舎を見学した後、商談の場を設け、肉質や取り扱い部位、卸値、仕入れのフロー等、細かな打ち合わせを行った。また実食をしながら、調理方法についての意見交換も行われ、事業者にとっては飲食店目線での活用方法を知る機会ともなった。

第2章:バイヤーツアー

バイヤーツアー3回目

CREAFE (クリエイフ)

10月25日(火)~10月26日(水)



実施内容

3回目は名古屋を中心に焼肉店を24店舗(フランチャイズ含む)展開する株式会社クリエイフの宇佐美代表と、フランチャイズを経営する株式会社志恩の武知代表を招聘。

<実施概要>

日程:2022年10月25日~10月26日

招聘者:

株式会社クリエイフ 代表取締役 宇佐美 氏

株式会社志恩 代表取締役 武知 氏

CREAFEは名古屋を中心に「煙力」、「味樹園」といった焼肉業態を展開している。焼肉店でのメニュー導入に向け、2日間の日程で3事業者を訪問した。

3事業者を訪問。取引となった際にある程度の流通量が求められることから、支援事業者の中でも、流通量を担保できる事業者とマッチングした。実際の豚舎、精肉をカットする食肉センターを見学した他、販売担当者との商談の場を設け、肉質や取り扱い部位、卸値、仕入れのフロー等、細かな打ち合わせを実施した。

視察後にもサンプル提供等、フォローを行い、CREAFE内でアグーブランド豚の導入について、メニュー開発等の検討が続いている。

第2章:バイヤーツアー

バイヤーツアー4回目

Somewhere

2月2日(木)



実施内容

名古屋を中心に複数業態の飲食店10店舗を展開する株式会社Somewhereの浅野代表と統括マネージャーの池谷氏を招聘。

<実施概要>

日程:2023年2月2日

招聘者:

株式会社Somewhere 代表取締役 浅野氏

株式会社Somewhere 統括MGR 池谷氏

Somewhereは名古屋を中心に焼肉1店舗、和食(鍋・しゃぶしゃぶ)4店舗とレストラン(スペイン料理、中南米料理等)5店舗を展開。焼肉やしゃぶしゃぶ店等でのメニュー導入に向け、3事業者とのマッチングを行った。

豚舎見学や実食をしながらの商談を行い、メニュー導入に向けた提案を各事業者から実施した。また訪問ができない事業者については、オンラインでのブランド提案とサンプル発送を行った。

提案の結果、2023年5月から焼肉店の「肉亭まぼたん」と中南米料理「Alan. - latin diner & burn -」でアグーブランド豚を使用したメニューの導入が決定している。

第2章:バイヤーツアー

バイヤーツアー5回目

Uliveto

2月6日(月)~2月7日(火)



実施内容

名古屋を中心に複数業態の飲食店7店舗を展開する株式会社Ulivetoの加藤代表と、服部総料理長を招聘。

Ulivetoは名古屋を中心に居酒屋、イタリアン、ジビエ料理等を展開する企業。各業態でのメニュー導入に向け、2事業者を訪問した。

<実施概要>

日程:2023年2月6日~2月7日

招聘者:

株式会社Uliveto 代表取締役 加藤氏

株式会社Uliveto 総料理長 服部氏

2事業者を訪問し、豚舎見学や精肉の加工を行う食肉センターを見学した後、商談を行い、それぞれでメニュー導入に向けた提案が行われた。

提案の結果、2023年3月から「ポロとワイン」、「ポロ助」、「ももんじ屋じじ」、「肉屋くだん」の4店舗にてアグーブランド豚を使用したメニューが導入された。

第2章:バイヤーツアー

成果一覧



バイヤーツアーによる成果は以下の通り。

- ①「リ・ファンクション」:ハンバーグ、ステーキを商品開発
暮らしの発酵ストア名古屋店および、エアポートトレーディング運営の那覇空港の土産店6店舗にて販売決定
 - ②「グラファイト」:「元麻布マルシェ」にてアグーブランド豚を使用した商品を販売
 - ③パークハイアット京都「八坂」:2ブランドを使用したフェア開催
 - ④「荒木町 きんつぎ」(料理通信社):1ブランドを使用したフェア開催
 - ⑤「ルグドゥノム ブション リヨネ」(料理通信社):1ブランドを使用したフェア開催
 - ⑥「CREAFE」:1ブランドを使用したメニュー導入検討中
 - ⑦「Somewhere」:1ブランドを使用したメニュー導入
 - ⑧「Uliveto」:1ブランドを使用したメニュー導入
 - ⑨「ブラッスリーブラウンウィズヴァージンオイスターハウス」:1ブランドを使用したメニュー導入
- ③～⑨については、「第3章:高級飲食店への展開」に詳細を記載

第3章:高級飲食店への展開

アンティカ・オステリア・デル・ポンテ



実施内容

東京丸の内ビルディング内のミラノ料理レストラン「アンティカ・オステリア・デル・ポンテ」では、アグーブランド豚を使用したメニューを3ヶ月間提供。ランチ・ディナーで1品ずつがコース料理に組み込まれた。

<実施概要>

店名:アンティカ・オステリア・デル・ポンテ

場所:東京都千代田区丸の内2-4-1 丸の内ビルディング36階

期間:2022年12月～2023年2月

メニュー:

沖縄県産アグー肩ロースのスパゲティーニ
アグー豚の塩釜焼き

実施結果

コースにメニューが導入された3ヶ月間でディナー・ランチのコース料理として合計2,450食を提供。

<提供数量>

ランチコース:合計1,600食提供

6,500円(税込)

(「沖縄県産アグー豚“肩ロース”のサルシッチャとラディッキョ“プレコーチュ”で和えたスパゲティーニ」をコース内で提供)

ディナーコース:合計850食提供

20,000円(税込)

(「アグーロースの塩釜焼 ルコラのソースとフォンデュータ」をコース内で提供)

第3章:高級飲食店への展開

スーツアンレストラン陳 渋谷店



実施内容

東京渋谷のセルリアンタワー東急ホテル内の四川料理レストラン「スーツアンレストラン陳 渋谷店」では、1ヶ月間のフェアでアグーブランド豚を使用したメニューをコース料理として、ランチ・ディナーで提供。

<実施概要>

店名:スーツアンレストラン陳 渋谷店

場所:東京都渋谷区桜丘町26-1 セルリアンタワー東急ホテル 2F

期間:2022年11月1日～11月30日

メニュー:

沖縄県産アグー豚を使用したホイコーローチャーハン

沖縄県産アグー豚バラ肉のチャーシュー

沖縄県産アグー豚肩ロースのコンフィ～柔らかな黒醋のスパタ～

実施結果

フェア期間の1ヶ月間でディナー・ランチのコース料理として合計1,038食を提供。

<提供数量>

ディナー:合計618食提供

「成都コース」:12,430円(税・サービス料込)

「白貢コース」:24,860円(税・サービス料込)

「上海蟹コース」:37,290円(税・サービス料込)

(「ホイコーローチャーハン」、「バラ肉のチャーシュー」「肩ロースのコンフィ～柔らかな黒醋のスパタ～」の3品をコース内で提供)

ランチ:合計420食提供

「秋のランチコース」:6,215円(税・サービス料込)

(「ホイコーローチャーハン」、「肩ロースのコンフィ～柔らかな黒醋のスパタ～」の2品をコース内で提供)

第3章：高級飲食店への展開

パーク ハイアット 京都「八坂」



実施内容

パーク ハイアット 京都のシグネチャーレストランである「八坂」では、18日間の日程で2ブランドのアグーブランド豚を用いたフェアを開催。それぞれのブランド豚を用いて、2種類のメニューが考案され、ディナーのコース料理として提供された。

<実施概要>

店名：パーク ハイアット 京都「八坂」

場所：京都府東山区栴屋町360

期間：2022年11月28日～12月15日

メニュー：

アグー豚のパテ・アンクルート

アグー豚のデクリネゾン“五百万石”のパエリア
とピキヨス

実施結果

フェア期間の18日間でコース料理として合計10名以上に提供した。

<提供数量>

アグー豚を堪能できる特別コース

20,240円(税・サービス料込)

「アグー豚のパテ・アンクルート」

「アグー豚のデクリネゾン“五百万石”のパエリア
とピキヨス」

10名以上に提供

第3章：高級飲食店への展開

荒木町 きんつき



実施内容

和食とこだわりの日本酒が楽しめる東京「荒木町 きんつき」では、2週間のアグーブランド豚フェアを開催。ディナーのコースメニューの1品として提供された。(21時以降はアラカルトの一品料理としても提供。)

<実施概要>

店名：荒木町 きんつき

場所：東京都新宿区四谷3-3-6 アイエス共同ビル3 B1F

期間：2022年12月5日～12月18日

メニュー：

アグー豚の醤油漬 白菜の酢漬 炊き合わせ

実施結果

フェア期間の2週間でコース料理として合計250食を提供した。

<提供数量>

コース 8,580円(税込)～

「アグー豚の醤油漬 白菜の酢漬 炊き合わせ」をコースの1品で提供

合計250食を提供

第3章:高級飲食店への展開

ルグドゥノム ブション リヨネ



実施内容

豚肉料理に精通するフランス人シェフが在籍する東京神楽坂「ルグドゥノム ブション リヨネ」では、約1ヶ月のアグーブランド豚フェアを開催。ランチ・ディナーのコースメニューの1品として提供された。

<実施概要>

店名:ルグドゥノム ブション リヨネ

場所:東京都新宿区神楽坂4-3-7 海老屋ビル1F

期間:2022年11月30日～12月28日

メニュー:

アグー豚のロース ジェニパー風味 根セロリのピュレと赤キャベツの酢漬け レモンペースト とにんにくの炭

実施結果

フェア期間の約1ヶ月でコース料理として合計200食を提供した。

<提供数量>

ディナーコース

「前菜+メインディッシュ+フロマージュまたはデザート」5,455円(税込)

ランチコース

「シェフのお任せコース」7,645円(税込)

合計200食前後を提供

第3章:高級飲食店への展開

日月火



実施内容

東京銀座にある和食の高級料理店「板前料理 日月火」では、1ヶ月間のおぐーフェアを開催。期間限定メニューとしてディナーとランチで4つのメニューを展開した。

<実施概要>

店名:板前料理 日月火

場所:東京都中央区銀座3-1-1 ZOE銀座 6F

期間:2022年12月1日～12月31日

メニュー:

あぐー揚げ餃子

あぐー塩麩焼定食

あぐー御膳

あぐー三種炭火焼

実施結果

フェア期間の1ヶ月で合計329食を提供した。

<提供数量>

ディナー

あぐー御膳 10,000円(税抜):64食

ランチ

あぐー三種炭火焼 10,000円(税抜):81食

あぐー塩麩焼定食 1,800円(税抜):126食

あぐー揚げ餃子 1,200円(税抜):58食

第3章:高級飲食店への展開

Somewhere



実施内容

名古屋を中心に複数業態10店舗の飲食店を展開する株式会社Somewhereでは、「ポロとワイン」「ポロ助」「ももんじ屋じじ」「肉屋くだん」の4店舗でメニューが導入された。

<実施概要>

店名:ポロとワイン、ポロ助、ももんじ屋じじ、肉屋くだん

場所:愛知県名古屋市内の4店舗

期間:2023年3月～

メニュー:

アグー豚の串揚げ

アグー豚の炭焼き

アグー豚の焼肉

アグー豚の煮込み

今回導入となった4店舗はそれぞれレストラン、焼き鳥、焼肉と業態が異なるため、店舗毎に肩ロース、ロース、バラ、なんこつと扱う部位が異なり、展開するメニューも4品となった。

この4品は2023年3月～メニューに導入されている。また系列の店舗も他に6店舗あり、そちらでの導入も期待される。

第3章:高級飲食店への展開

ブラッスリーブラウンウィズヴァージンオイスターハウス

■金アグー豚バラ肉の
シェリービネガー煮込み



■金アグー豚肩ロースのブランケット



実施内容

東京西麻布のフランス料理店「ブラッスリーブラウンウィズヴァージンオイスターハウス」では、2022年11月よりアグーブランド豚を使ったメニューを提供。

<実施概要>

店名:ブラッスリーブラウンウィズヴァージンオイスターハウス

場所:東京都港区西麻布2-12-4 小倉ビルB1F

期間:2022年11月～

メニュー:

アグー豚バラ肉のシェリービネガー煮込み

アグー豚肩ロースのブランケット

実施結果

2022年11月からアグーブランド豚がメニューに組み込まれ、2品が提供されている。

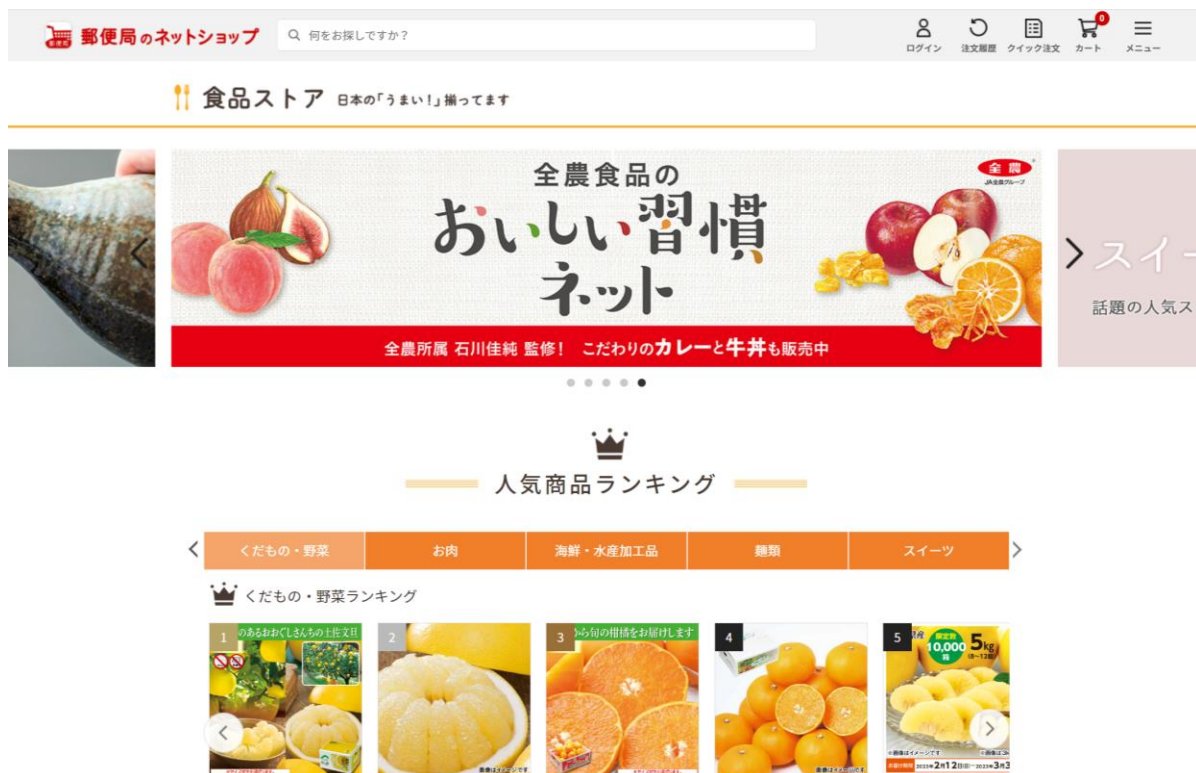
<提供数量>

2022年11月～2023年3月までの間で、各部位合計約30kgを仕入れ、メニューとして提供している。

導入部位:ロース、肩ロース、バラ、ウデ肉、足

第4章:オンラインにおける販路拡大支援

郵便局のネットショップ、Amazonへの出品



実施内容

オンラインによる販路開拓・拡大支援として、日本郵便が運営するECモール「郵便局のネットショップ」へ事業者の商品を出品。また併せて「Amazon」での出品も支援した。

なお本ECサイトでの販売は事業者が希望する限り、事業終了後も継続するため、オンラインの新たな販路となった。

参加事業者の中で、1事業者が出品を希望。「郵便局のネットショップ」の運営コンサルティングを行っているトゥルーコンサルティング株式会社とマッチングし、「郵便局のネットショップ」と「Amazon」2つのECサイトへの出品までのフォローを実施。

商品の出品にあたっては、トゥルーコンサルティングから事業者に対して、アドバイスを行い、ECサイトで検索されやすい表記方法や、記載すべき文言、配送料の設定等、EC通販で成果を上げるための手法を伝授した。

第4章:オンラインにおける販路拡大支援

こっくさん.comへの出品

■こっくさん.com TOPページ



こっくさん.comとは?	INFORMATION お知らせ
<p>農家さん直送の無農薬野菜や、こだわりの厳選食材を生産者さんから直接お取り寄せできるグルメサイトです。</p>	<p>【お知らせ】 2022年1月31日 新システムにリニューアルしました</p> <p>【お知らせ】 沖縄・南城市特集開催中!! 特集ページはこちら</p>
<p>送料がお得になります</p> <p>当ショップは生産者から直送でお届けをしており商品毎に送料が異なります</p>	<p>【年末年始 休業のお知らせ】</p> <p>【休業期間】 2022/12/31(土)～2023/1/6(金) 【休業前、最終注文受付】 2022/12/30(金)17時注文分まで (入金確認を含む)</p>

実施内容

更なるオンライン販路開拓・拡大支援として、国産お取り寄せグルメで有名なECサイト「こっくさん.com」への商品出品を支援。

出品希望のあった事業者と「こっくさん.com」を運営するグラフィットをマッチングし、ギフト用の2商品の出品を支援した。

なお本ECサイトでの販売についても、事業者が希望する限り、事業終了後も継続するため、オンラインの新たな販路となった。

■こっくさん.com 商品一覧ページ



幻の豚!! 金アグーステーキセット
原種の胸育頭数はわずか100頭強のとても稀少な「金アグー豚」。
柔らかくジューシーで、豚特有の臭みもほとんどありません!
最高級豚肉の厚切りステーキセットを是非!

¥4,644 ~ ¥11,880 (税込)

[詳細はこちら](#)

幻の豚!! 金アグーしゃぶしゃぶセット
原種の胸育頭数はわずか100頭強のとても稀少な「金アグー豚」。
柔らかくジューシーであり、豚特有の臭みもほとんどありません!
脂身がさっぱりしており、しつこくないロース肉を是非ご堪能ください。

¥11,880 (税込)

[詳細はこちら](#)

第4章: デジタルプロモーション

料理通信での情報発信

料理通信 The Cuisine Magazine

沖縄の島豚“アグー”を巡る旅。

東京・京都で希少なブランド豚を味わえるフェア開催中

📅 Nov 28, 2022

シェフ

沖縄

パークハイアット 京都

八坂

荒木町 きんつき

北村徳康

佐藤正規

ルグドゥノム・ブション・リヨネ

クリストフ・ポコ

久岡寛平



実施内容

アグー豚およびアグーブランド豚の認知度を高めるためのデジタルプロモーションとして、料理系Webメディア「料理通信」での記事掲載と、「料理通信」公式SNSでのプロモーションを実施。「料理通信」は食に関心の高い消費者や料理人等に対して、食の情報を発信するメディアである。

2022年11月28日(月)より料理通信のWebサイトに「沖縄の島豚“アグー”を巡る旅。」というタイトルで、沖縄アグー豚の紹介と前述の飲食店でのフェアの告知を兼ねた記事掲載を開始。

https://r-tsushin.com/journal/japan/okinawa_2022_11/

掲載から1ヶ月間はサイトTOPに掲出されると共に、登録会員20,000人を対象にメールマガジンを配信。また公式InstagramとFacebookによる投稿も行い、記事の閲覧促進とフェアの周知を実施した。

<掲載内容>

1. 沖縄県が誇るブランド豚“アグー”を知る旅へ
2. 栄養豊富な泡盛の蒸溜粕をアグーの飼料に【金武(きん)酒造】
3. 微生物のチカラを借りた飼料と環境で育つ健康豚【キンアグー】
4. ストレスフリーの環境で育てられる純系のアグー豚【又吉アグー】
5. 沖縄を代表する柑橘の故郷へ【勝山シークワサー】
6. <2022年11月28日～12月15日 アグーブランド豚フェア開催>フレンチ×鉄板料理 京都「パーク ハイアット 京都 八坂」久岡寛平シェフ
7. 和食料理人 東京・四谷「荒木町 きんつき」北村徳康シェフ
8. 豚肉料理のエキスパート 東京・神楽坂「ルグドゥノム ブション リヨネ」クリストフ・ポコシェフ

第4章: デジタルプロモーション

料理通信での情報発信

メールマガジン・公式SNSでの情報発信

■メールマガジン配信

料理通信

The Culinary Magazine

Dec. 2, 2022

沖縄県でのみ飼養されていて、全国的な知名度を誇る「アグー」。その肉質のよさに定評があります。シェフと共に、アグー豚の飼育場を訪れました。

食の世界のスペシャリストにはドラマ「ファーストペンギン！」(日本テレビ)のモデルになった坪内知佳さんが登場！



沖縄の島豚“アグー”を巡る旅。

希少なブランド豚を味わえるフェア開催中【東京&京都】

[PROMOTION]

JOURNAL / JAPAN

沖縄の島豚“アグー”を巡る旅。

小型で四肢が短く、ずんぐりした体型。豚というよりイノシシに近い野性的な風貌が特徴の沖縄の豚、アグー。「パークハイアット 京都」の久岡寛平シェフと、アグーを守り、育む生産者たちを訪ねます。東京・京都で希少なブランド豚を味わえるフェアを開催中です！

■公式Facebookでの投稿

料理通信

作成者: Eriko Furuya · 2022年12月20日

【沖縄県が誇るブランド豚、「アグー」を巡る旅】

小型で四肢が短く、ずんぐりした体型。豚というよりイノシシに近い野性的な風貌が特徴の沖縄の豚、アグー。起源は14世紀頃に中国から渡来し、「島豚(シマウマ)」として定着した説が有力だそうです。

原種は体型が小さく、成長も遅いうえに、雌の出産頭数はパークシャー種などの西洋豚に比べて少ない。ですが、アグーの優れた肉質を生かすため、より産肉性を高めるために、生産者はアグーと西洋豚の交配を進めてきました。

中にはアグー同士を掛け合わせる「アグー一世」の育成に注力する飼育農家もいて、農家が独自の交配技術や飼育環境、飼料への取り組みを進めることにより、アグー豚はより上質に、個性豊かな味わいへ変化を遂げてきています。

そんなアグーを巡る土地を、「パークハイアット 京都」の久岡寛平シェフとともに訪ねます。https://r-tsushin.com/journal/japan/okinawa_2022_11/#page-1



沖縄の島豚“アグー”を巡る旅。希少なブランド豚を味わうフェア | 料理通信

小型で四肢が短く、ずんぐりした体型。豚というよりイノシシに近い野性的な風貌が特徴の...

投稿日: 2022年12月20日

<https://www.facebook.com/r.tsushin/posts/pfbid023bUiYBwzgf1FFPeMhdxyDstH9IFx5x4WWg9fNoAGdC9WFe4A7JayTKXoi6fsTo1UI>

料理通信のメールマガジン登録会員20,000人を対象に、記事を紹介するメールを配信。

■公式Instagramでの配信(フィード投稿)



沖縄の島豚“アグー”を楽しむフェア

投稿日: 2022年11月30日
<https://www.instagram.com/p/CiIDRLKNEHW/>



東京・京都で希少なブランド豚を味わえるフェア開催!

11/28 START

沖縄の島豚“アグー”を巡る旅

投稿日: 2022年11月28日
https://www.instagram.com/p/CiGPubctNg_/

第4章: デジタルプロモーション

料理通信での情報発信



総括

沖縄アグー豚のプロモーションとして実施した「料理通信」での記事掲載は、SNSやメールマガジンを活用したプロモーションも同時に実施することで、10,282PVを獲得した。

特に「料理通信」は食に関心の高いユーザーが閲覧をするメディアであり、沖縄アグー豚と親和性の高いユーザーに対して、沖縄アグー豚や各ブランド豚を認知・アピールできる絶好の機会となった。

また高級飲食店3店舗で実施したフェアとも連動し、提供するメニューや開催期間等、フェアの紹介を記事内やSNSで行ったことで、フェアへの集客を進め、沖縄県外でのアグーブランド豚の消費を促進することができた。



第4章: デジタルプロモーション

沖縄県アグーブランド豚推進協議会HPリニューアル



実施内容

沖縄県アグーブランド豚推進協議会のWebについて、情報が古く刷新の必要があるため、リニューアルを実施。

<https://okinawa-agu.com/>

旧Webサイトに掲載されていた「沖縄県アグーブランド豚推進協議会について」「アグーブランド豚について」「生産者・販売者の皆様への案内」「アグーブランド豚認定制度について」の情報は、内容を刷新。Webを通して沖縄県外の消費者へ広く認知させることも考慮し、アグーブランド豚の肉質や特徴を伝えつつ、自宅でも作れる「アグーブランド豚を使用したレシピ」情報等の充実を図った。

また、ページ構成も旧Webサイトでは対応していなかったスマートフォン対応での制作を図ると共に、Webならではの動きのある(パララックス)デザインで仕上げた。

■旧Webサイト



これらの全体構成を行いながら、一部のページでは掲載情報を管理者側でも更新できる構造とした。今後も情報を更新し続けることで、活きたWebサイトの運営が可能となる仕組みとなっている。

第5章:販促ツール開発

キービジュアル開発



本事業で制作する販促物やリニューアルするWebサイトで使用する「沖縄アグー豚」のキービジュアルを開発。

キービジュアルはブランドの世界観をイメージで伝達するために有効なツールであり、ブランドの認知や定着を進めるにあたり重要となる。これまで「沖縄アグー豚」やアグーブランド豚推進協議会等の統一したロゴマークやキービジュアルは作成されていないことから、新たに開発を行った。

キービジュアルは墨のイラストで作成し、600年の歴史を持つとされる「沖縄アグー豚」の「力強さ」や「生命力」を表現。販促ツール等に統一して展開することで、「沖縄アグー豚」のイメージを的確に伝え、消費者印象に残るよう使用していく。

キービジュアルは以下のWebサイトや販促ツールのメインイラストとして使用した。

- アグーブランド豚推進協議会Webサイト
- レシピカード
- 卓上のぼり

第5章:販促ツール開発

レシピカード



「沖縄アグー豚」および「アグーブランド豚」の認知度向上と、一般消費者の利用促進を目的に、アグーブランド豚を使った家庭で作れる簡単レシピを紹介する「レシピカード」を作成。表紙のデザインには本事業で制作したイラストとロゴを用いた。

販促イベントや量販店等での配布利用を想定し、名刺程度の小さなカードタイプで作成。ウデ肉やモモ肉等の余剰となりやすい部位の利用を促すため、レシピ紹介と共に、調理に適した部位をイラストで紹介した。

また紹介したレシピはリニューアルしたWebサイトにも掲載し、レシピカードのPDFデータは誰でもダウンロードできる仕様とした。

①簡単レシピ:アグー豚肉と新じゃがの肉じゃが

Spring

春の新じゃがでほっくり懐かしい味
アグー豚肉と新じゃがの肉じゃが



【おすすめ部位】
ウデ、モモ



材料(2人分)

- アグー豚肉モモの切り落とし…120g
- じゃがいも…中2個
- にんじん…中2/3個
- 玉ねぎ…中1個
- サラダ油(ごま油でも可)…大さじ1/2
- ★水…300cc
- ★めんつゆ(2倍濃縮)…50cc
- ★粉黒糖…大さじ1
- ★醤油…大さじ1

(作り方)

- ① にんじんとじゃがいもは乱切りにし、じゃがいもは水にさらしておく。玉ねぎはくし形切りにしアグー豚肉はじゃがいもと同じ大きさに切る。
- ② 熱した鍋に油をしきアグー豚肉を炒める。色が変わったら玉ねぎを入れ、少ししんなりするまで炒める。
- ③ ②に水気を切ったじゃがいもとにんじんを入れ炒めたら★の調味料を入れ中火で10分ほど煮込み材料に火が通ったら出来上がり!

沖縄アグー

第5章:販促ツール開発

卓上のぼり

■デザイン



概要

「沖縄アグー豚」および「アグーブランド豚」の認知度向上と販売促進を目的に、沖縄県や各事業者がイベント等で利用できる「卓上のぼり」を作成。デザインには本事業で制作したイラストとロゴを用いた。

販促イベントでの利用や、量販店・飲食店へ配布し利用してもらうことで、認知度の向上を図る。使用シーンを考慮し、卓上で利用できる小さなのぼりを作成した。

■使用イメージ



第6章:今年度の成果と課題

商談結果

No.	商談先	業態	導入数
1	暮らしの発酵ライフスタイルリゾート	小売店	1
2	エアポートトレーディング	土産品店	6
3	元麻布マルシェ	小売店	1
4	スーツァンレストラン陳 渋谷店	中華	1
5	アンティカ・オステリア・デル・ポンテ	イタリアン	1
6	パークハイアット京都「八坂」	フレンチ	1
7	ルグドゥノム プション リヨネ	フレンチ	1
8	荒木町 きんつぎ	和食	1
9	日月火	和食	1
10	Somewhere	しゃぶしゃぶ、焼肉、イタリアン等	4
11	Uliveto	イタリアン、居酒屋等	2
12	ブラスリーブラウンウィズ ヴァージンオイスターハウス	フレンチ	1
13	CREAFE	焼肉	導入検討中
14	大光（業務用食品スーパーアマカ）	業務用食品スーパー	導入検討中
15	串しゃぶ 菜彩	しゃぶしゃぶ	導入検討中
16	お肉のカンパニー	焼肉	-
17	Jコーポレーション	食肉卸	-
18	ベイシア	量販店	-
合計			21

バイヤーツアーでは、アグーブランド豚の生産者5事業者と15社のバイヤー（飲食店や小売等）をマッチングし商談の機会を創出した。

8社は実際に沖縄に招聘し、リアル商談。沖縄に訪問ができない7社についてはオンラインでの商談を実施。1社から複数の販路への展開もあり、上記リストの新規販路に対して、21件以上の商品導入が決まった。

飲食店へは精肉が卸され、メニュー導入が進んだ他、商品開発を進めたハンバーグ等の加工品については、土産品店や小売店への導入が決定し、幅広い業態への展開がなされた。

なお商談の結果、導入に至らないケースでは、最終的に価格（原価と配送料）がネックとなることが多かった。肉自体の価格に沖縄県外への配送料を加味した総コストを、他豚肉と比較すると、2倍近くなることもあり、業者からは導入が難しいといった声も上がった。

こうした結果を考慮すると、高価格でも許容できる客単価の高い飲食店や小売店等が1番のターゲットとなる。販路拡大には、こうしたターゲットに対して、「沖縄アグー豚」「アグーブランド豚」のブランド価値を理解してもらい、価格以上の価値があると感じてもらうことが重要となる、

第6章:今年度の成果と課題

飲食店メニュー導入実績

No.	店舗名	ジャンル	スケジュール	提供数
1	スーツアンレストラン陳 渋谷店	中華	2022年11月1日～11月30日	1,038食
2	アンティカ・オステリア・デル・ポンテ	イタリアン	2022年12月～2023年2月	2,450食
3	パークハイアット京都「八坂」	フレンチ	2022年11月28日～12月15日	10食
4	荒木町 きんつぎ	和食	2022年12月5日～12月18日	250食
5	ルグドゥノム プシヨン リヨネ	フレンチ	2022年11月30日～12月28日	200食
6	日月火	和食	2022年12月1日～12月31日	329食
7	Somewhere (ポロとワイン、ポロ助、ももんじ屋じじ、肉屋くだん)	しゃぶしゃぶ、焼肉、イタリアン等	2023年3月～	-
8	Uliveto (肉亭 まぼたん、Alan.- latin diner & burn -)	焼肉、中南米料理	2023年5月～	-
9	ブラッスリーブラウンウィズ ヴァージンオイスターハウス	フレンチ	2022年11月～	-
合計				4,277食以上

飲食店へのメニュー導入では、沖縄県外の飲食店9店舗にてアグーブランド豚のメニュー導入が行われた。

ジャンルは焼肉やしゃぶしゃぶといった定番以外に、中華、イタリアン、フレンチ、和食、中南米料理と、幅広い飲食店へ展開された。しかし、ジャンルを問わず、どの飲食店も良品質でこだわりの素材を扱いたいという飲食店であった。

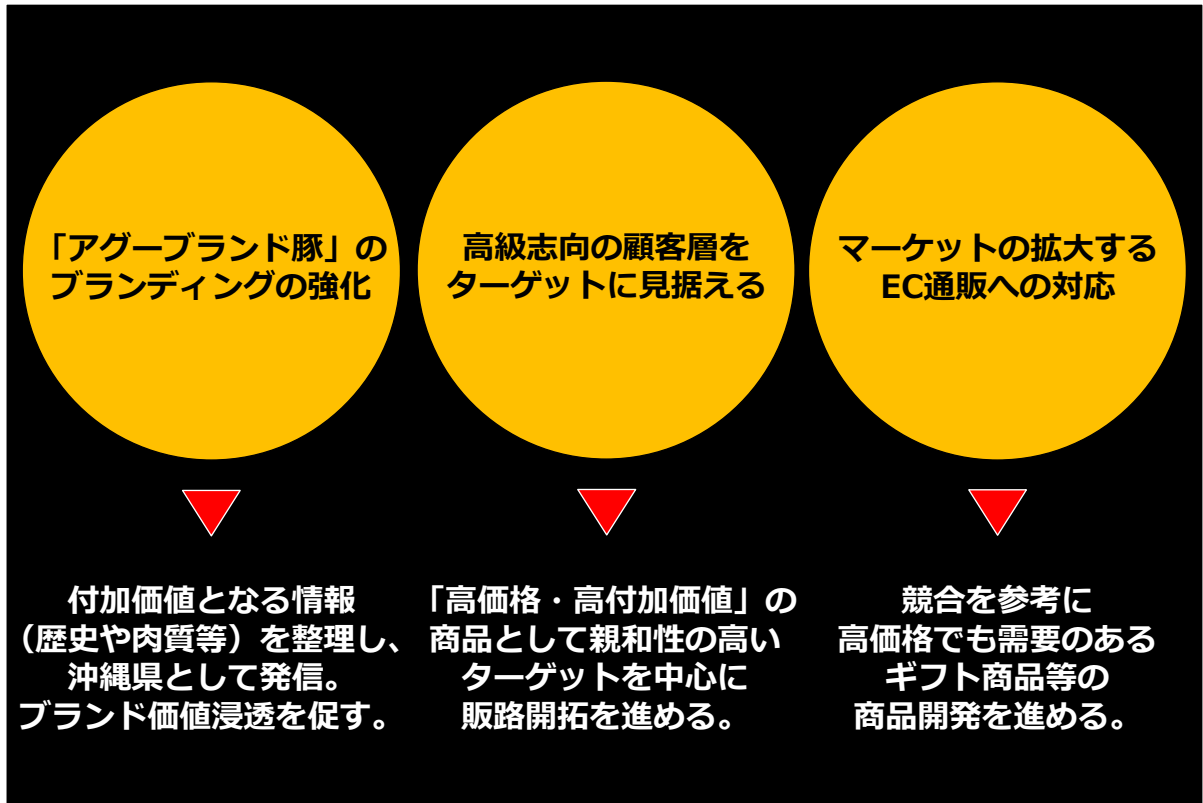
また料理はディナーおよびランチのコースメニューの1品として提供されることが多く、価格帯も10,000円弱～20,000円強と比較的高価なコースに組み込まれた。

提供数については、提供が終了した飲食店だけで4,277食となり、沖縄県外に多くの供給を生むことができた。また今後も提供が継続する飲食店があり、継続的な供給も見込まれる。

高価格で高付加価値のアグーブランド豚は、今回フェアを開催した飲食店のような客単価の高い飲食店との相性が良い。フェアを実施した飲食店からもアグーブランド豚の肉質が高く評価する声が多かった。

高価格で高付加価値のアグーブランド豚は、肉質の高さ等のブランド価値を正しく理解してもらうことが導入のポイントとなる。販路開拓を進めていくには、肉質や品質の高さ、歴史、ストーリー等のブランド価値を伝えるツールを整備することが有効である。

第6章:今年度の成果と課題



アグーブランド豚は成長速度や歩留まりの悪さ等の要因から一般豚に比べ、生産面でのコストが高い。また、沖縄県外へ流通する場合にも、他地域の商品と比較し、配送コストが掛かる。飲食店やバイヤーへの提案の際には、こうしたコストがハードルとなることが多い。

アグーブランド豚の販路拡大を進めるためには、こうしたコスト面のデメリット以上に、魅力（付加価値）が備わった素材であるということを理解してもらう必要がある。

こうしたポイントを踏まえ、次年度以降で取り組むべき戦略をまとめた。

①ブランディングの強化

ブランドの持つ価値を正しく伝えることは、バイヤーや消費者に信頼感を与え、導入や購買意欲の向上に繋がる。アグーブランド豚のブランディングにおいては、「沖縄アグー豚」や「アグーブランド豚」の持つ歴史やストーリー、肉質、栄養成分等、付加価値となる情報を整理し、それを効果的に発信していくことが有効で

ある。また、沖縄県として情報発信をすることで、より強固な信頼感を与えることが可能となる。

②有効なターゲットの選定

アグーブランド豚のような高付加価値な商品は、今回フェアを開催したような高級レストラン等、高級志向の顧客層から需要が高い。高級飲食店やホテル、百貨店や高級スーパー、セレクトショップ等との親和性が高いため、こうしたターゲットを中心とした販路開拓が有効である。また、こうした販路で取り扱われることは、それ自体がブランドの価値を高めることに繋がるため、ブランディング強化のためにも実施していくべきである。

③EC販売の強化

リアルの販路だけでなく、マーケットが拡大しているEC通販についても販売強化を図るべきである。特にギフト商品等は高価格でも需要があることから、そうしたジャンルで戦えるよう、魅力的な商品を開発していく必要がある。成功している競合の商品等を参考にしながら、付加価値を高めた商品開発を進めていくことが重要。



沖縄アグー豚 
Okinawan Brand Pork AGU

令和4年度
「沖縄県産豚肉消費活性化事業」
実施報告書

編集・発行

株式会社ノイズ・バリュー社

〒900-0004 沖縄県那覇市銘苅2-4-35

アーバンプラネットビル3F

TEL:098-860-6077

www.noisevalue.co.jp