

レディーファーストトマトのブランド化

県南農林事務所 稲敷地域農業改良普及センター

龍ヶ崎市が誇るブランドトマト「レディーファースト」の魅力を発信して消費拡大とブランド力のアップを図りました。稲敷地域農業改良普及センターと産地が一体となり、新聞やラジオ、SNS等のメディアを通じた情報発信、料理研究家とのコラボによるトマト料理の提案、シェフへの販売プロモーション等を通じて、レディーファーストトマトの魅力を訴求しました。

うま味成分の見える化

工業技術センター等の分析機関と連携し、アミノ酸（指定35種）やリコピンを分析することでエビデンスを示し、うまみ成分の見える化を行いました。

分析結果はパネルやパンフレットに掲載し、販売促進のツールとして活用しています（中央卸売市場の平均単価以上を維持）。



写真1 トマトペーストの味比べ



写真2 ホテルの総料理長にトマトの魅力を説明

シェフへの販売プロモーション

県内や都内レストランのシェフを訪問し、レディーファーストトマトの販売促進を行い、トマトの魅力を伝えた結果（写真2）、サラダバーで活用するなど商談に結びつけることができました（商談成立件数3件）。

料理研究家とのコラボレーション

地元出身の料理研究家と連携し、新たなトマト料理の提案や魅力を発信しました（写真3、4）。トマト料理はSNS（インスタグラム）を使って、リアルタイムで発信しています（発信回数5回、新聞掲載回数3回）。



写真3 料理研究家によるトマト料理の実演



写真4 料理研究家の提案によるトマト丸ごとカレー

トマト料理フェアの開催

龍ヶ崎市内の結婚式場において、トマト尽くしのコース料理を提供し、消費者へ訴求を図りました。トマトに徹底的にこだわった料理は消費者の心をわしづかみにし、消費拡大につなげることができました。今後も「存在そのものがプレミアム」なトマトの魅力を発信していきます。