

令和7年度事業報告

県産フルーツの認知度向上や観光誘客の拡大を図るため、関係団体、企業、市町村等とともに、フルーツファンの獲得に向けた取組み、多様な産業との連携による新たなビジネスの創出、フルーツをきっかけとした交流機会の拡大などに取り組んだ。

1 県産フルーツの認知度向上とフルーツファンの獲得

○ 「さくらんぼメモリアルフェスタ」の開催

〔日時〕 令和7年6月6日(金)、7日(土)

〔場所〕 山形県郷土館「文翔館」・山形市民会館整備予定地

〔内容〕 記念式典、さくらんぼやフルーツ加工品の販売、
流しさくらんぼ、野外ステージ など

〔実績〕 来場者 約10,000人



150周年記念式典

○ 首都圏の消費者へのPRや販売

- ・都内マルシェ「青山ファーマーズマーケット」への出店

① 〔日時〕 令和7年6月21日(土)

〔内容〕 流しさくらんぼの開催（都内初）、
さくらんぼやフルーツ加工品の販売

② 〔日時〕 令和7年12月6日(土)、7日(日)

〔内容〕 りんご、ラ・フランス、大粒ぶどう等の販売



都内マルシェへの出店

- ・ラ・フランスの魅力をもPRする料理イベントの開催

〔日時〕 令和7年11月21日(金)

〔場所〕 ヤマガタサンダンデロ

〔実績〕 一般参加者21名、インフルエンサー6名 など



インフルエンサーの投稿

○ さくらんぼ「やまがた紅王」の認知度向上に向けたPR

- ・全ての小学校でのやまがた紅王給食の実施（230校5万人）

- ・第3回「やまがた紅王」大玉コンテストの開催

- ・都内飲食店における「やまがた紅王」を使用したスイーツ
の販売（資生堂パーラー銀座本店など12店舗）

- ・やまがた紅王応援大使によるPR など



やまがた紅王給食



紅王のパフェ

○ 各種県内イベントとの連携（ブース出展、特別企画）

山形農業まつり農機ショー、日本一の芋煮会フェスティバル、日本一美酒県フェア、
ラーメン県そば王国フェスタ、山形県農林水産祭 など

○ 民間企業、市町村等と連携した多彩な取組み

- ・タイアップ企画による販売・PR イベントやキャンペーン、体験プログラム (75 件)

(民間企業の例)

- ・観光果樹園と温泉施設での食育プログラム
- ・子ども向けのさくらんぼ剪定・紙すき体験
- ・快速列車「サクランボひなび」号のツアー など

(市町村の例)

- ・県外の空港でのさくらんぼ種飛ばし大会
- ・首都圏の商業施設等でのフルーツの販売会 など

(広域連携の例)

- ・インフルエンサーを活用した産地やフルーツのPR
- ・宿泊施設利用者にフルーツや収穫体験が当たるキャンペーン など

- ・県内ホテルでの「やまがたフルーツフェア」の開催
- ・県内のタクシーや配送トラックへのマグネット掲示
- ・オフィスや店舗等でののぼり等の掲示 など



<タイアップ企画の例>
空港での種飛ばし大会 食育プログラム



ホテルでのフェア



JAビルへの掲示

○ WEB・SNSを活用した情報発信

- ・旬のフルーツや産地情報、生産者等のインタビュー記事、レシピ等の掲載
- ・フルーツの花をテーマにしたフォトコンテストの開催 (インスタグラム)
- ・民間のSNSアカウントを活用した認知度向上策の展開 など



フルーツフラワー
フォトコンテスト



インスタグラムでの発信

2 フルーツをきっかけとした交流機会の拡大と関係づくり

○ フルーツを活用した誘客プロモーション

- ・全国主要駅(780 箇所)、JR 東日本管内主要駅(460 箇所)、観光施設等へのポスター等の掲出



カラフル・フルーツ旅! 山形 5連ポスター

- ・大阪・関西万博への出展

〔日時〕 令和7年6月13日(金)~15日(日)

〔内容〕 さくらんぼの振舞い・販売、東北特産品のPR

- ・首都圏映画館での誘客動画の放映

- ・「150！やまがた旬スイーツめぐり」の開催
県産フルーツを使ったスイーツの食べ歩きにより周遊を促すプレゼントキャンペーン
- ・学生によるフルーツPR隊「YFP150」の設立とSNS等での情報発信 など



やまがた旬スイーツめぐり

○ 関係人口・交流人口の創出

- ・果樹園を活用したウェディングの取組み
- ・都内の保育園での食育事業の実施
- ・県内の産直施設や道の駅等を周遊するスタンプラリーの実施 など



果樹園を活用したウェディング



保育園での食育



県内周遊スタンプラリー

3 多様な産業との連携の深化

○ 「やまがたフルーツEXPO」の開催

〔日時〕 令和7年8月9日(土)、10日(日)

〔場所〕 山形ビッグウイング

〔内容〕 最先端のスマート農機の展示・実演、公開シンポジウムの開催、料理教室等の体験型プログラム、旬のフルーツや加工品などの多様な商品販売 など

〔実績〕 来場者 約 20,000 人



やまがたフルーツEXPO

○ 県産フルーツの利用拡大と付加価値の向上

- ・タイアップ企画による商品やメニューの展開 (40件)
(県産フルーツを使ったドリンクやジャム、ホテルの限定メニュー等)
- ・さくらんぼ剪定枝を使ったアップサイクル製品の開発 など



タイアップ企画商品



アップサイクル製品
(ポロシャツ)

(参考) 過年度の主な取組み

【令和5年度】

さくらんぼ大玉新品種「やまがた紅王」の本格デビューに合わせたプロモーションを展開したほか、県産フルーツの認知度向上に向けたプロモーションの実施、令和7年の「やまがたフルーツ 150周年」に向けたプロモーションの検討、準備を行った。

- ・やまがた紅王デビュー記念イベントの開催
- ・やまがた紅王の認知度向上の取組み
(都内でのラッピングバスの運行、JR品川駅等での動画広告の放映、やまがた紅王応援大使制度の設立、第1回大玉コンテストの開催 など)
- ・150周年ロゴマーク・キャッチフレーズの作成及び「タイアップ企画」の募集開始
- ・県産フルーツプロモーションのためのブランディングプロデューサーの委嘱

など



やまがた紅王デビュー記念イベント



やまがた紅王ラッピングバス(車内でのアフタヌーンティー)

【令和6年度】

令和7年度の「やまがたフルーツ 150周年」に向けたイベントを開催したほか、公式のポータルサイト・インスタグラムを開設して情報発信を強化するとともに、民間企業等のタイアップ企画や、アップサイクル製品の開発などを推進した。

- ・さくらんぼイブニング (150周年イベント) の開催 (令和6年6月6日)
- ・ポータルサイト、公式インスタグラムの開設 (令和6年8月1日)
- ・都内レストランでの料理イベントの開催
- ・さくらんぼ剪定枝を使ったアップサイクル製品の開発
- ・やまがた紅王のプロモーション (第2回大玉コンテストの開催、応援大使によるPR)

など



さくらんぼイブニング
(150周年イベント)



150周年記念ポータルサイト