

「 “黄金の國、いわて。” MOW MOW (モーモー) プロジェクト」について
～うし年は岩手の年！ 危機を希望に前進！ そして全国へ発信！～

世界的な金融危機に伴い、日本経済が悪化し、県内の経済・雇用にも多大な影響を及ぼしていますが、こうした時期にこそ、危機を希望に変えていくことが重要です。

今年は丑年であり、また、本県には、「うし」に纏わる資源や文化が数多くあります。そこで、牛をキーワードに、この逆境をはね返し、一步一步着実に前進する取組みを展開し、その姿を全国に発信することにより、岩手はもとより、日本全体が元気になってもらいたいとの願いを込めて、「 “黄金の國、いわて。” MOW MOW (モーモー) プロジェクト」を実施することとしましたので、お知らせします。

- 1 実施主体
県及び協力団体、民間企業

- 2 キャッチコピー及びロゴマーク
「うし年は岩手の年！」



- 3 事業戦略及びプロジェクトの概要
3つの視点〔UC 1～3 (うしさん)〕による産業振興戦略

プロジェクト名	プロジェクトの概要
UC - 1 う四天王プロジェクト ～ 新たな商品づくりによるブランド価値の創造 (Creation) ～	新商品の開発・名物の発掘 マーケティングの強化 地産地消運動との連携 食育の推進 運動のPR
UC - 2 ウシコンパレープロジェクト ～ クリーン (Cleanness) な大地、環境王国いわてを発信 ～	脱CO ₂ クリーンエネルギーの活用 耕畜連携によるブランディング 牛がつなぐ環境保全の展開
UC - 3 諸国漫牛の旅プロジェクト ～ 牛の魅力を広く伝える (Communication) ～	新たな旅モデルの企画開発 観光・文化 (情報) の発信 体験型うし修学旅行、グリーン・ツーリズムの推進

更に検討を行い、適宜追加して実施していく。

- 4 推進体制
農林水産部を中心に、部局横断的なプロジェクトチームを設置し、全農県本部等の関係団体、民間企業との連携により実施

(担当：流通改善担当課長 小岩、主任主査 中村、主任 高橋 (内線 5731))

「黄金の國、いわて。」MOW MOW プロジェクト

～ うし年は岩手の年！ 危機を希望に前進！ そして全国へ発信！ ～

u : unfold(展開)
c-1 : creation(創造)
c-2 : cleanness(清潔、きれい)
c-3 : communication(伝達)

「うし」が岩手を変える！

世界的な金融危機に伴う日本経済の悪化は、県内の経済・雇用にも多大な影響。この逆境を跳ね返し、危機を希望に変える！



なぜ、牛(丑)か？

牛は前進の象徴、県民気質に通ずる
* 牛は粘り強さと誠実さ、困難にも耐えて前進の象徴。努力型は、岩手県民の気質そのもの。

岩手の人(高村光太郎)
岩手の人沈深牛の如し 両角の間に天球をいだいて立つかの古代エジプトの石の牛に似たり 地を往きて走らず 企てて草卒ならず ついにその成すべきを成す



岩手は全国有数の畜産県
* 生産
黒毛和種 5位、日本短角種 1位、ホルスタイン種 3位
* クオリティの高さ
前沢牛(霜降りの最高峰)
短角牛(赤肉で安全・安心な牛肉として人気急上昇)

牛との深いつながり(縁)
* 歴史
南部牛、塩の道、東下り(牛車)、ハナイズミモリウシ 等
* 文化
南部牛追い唄、玉山金山の金のべごっこ 等
* 観光
小岩井農場、牛の博物館、闘牛 等

そして、今年は丑年！

MOW MOW プロジェクト

MOW MOW

M: Mutual(互い)
O: Onward(前へ)
W: Wish(希望)

県庁内にプロジェクトチームを設置し、関係団体とも連携しながら、牛にまつわる事業を戦略的に展開！

ソフトパワー

黄金の國、いわて。

うしさん

本県の文化的魅力や道義的信頼等のソフトパワーを、岩手の象徴である牛とリンクさせ、商品、サービス等のブランド化に結びつけ、県民所得の向上や雇用創出等の好環境を創出。

景気が減速し雇用不安が高まる中、一步一步逆境をはね返す取組みとして、牛の歩みに重ね合せ、着実に前進し全国へ発信。

岩手のべこが、岩手を日本を元気にする!!

プロジェクト展開のポイント

キャッチコピー

「うし年は岩手の年！」

ロゴマーク

「金べこ」をイメージ



戦略

3つの視点(UC-1~3(うしさん))による産業振興戦略



ブランド化

新たな商品づくりによるブランド価値の創造 (creation) ~う四天王プロジェクト~



環境

クリーン(cleanness)な大地・環境王国いわてを発信 ~ウシコンバレープロジェクト~



観光文化

牛の魅力を広く伝える(communication) ~諸国漫牛の旅プロジェクト~

具体的な取り組み

UC-1 う四天王プロジェクト

ブランド化

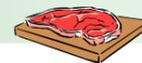
1 新商品の開発・名物の発掘

う四天王商品の販売

霜降天(黒毛和種) いわて牛(前沢牛、奥州牛、岩手南牛、雫石牛等)
旨肉天(日本短角種) いわて短角和牛(山形村短角牛、岩泉短角牛等)
豊乳天(ホルスタイン種) 小岩井牛乳、湯田牛乳、奥中山高原牛乳等
濃乳天(ジャージー種) アイス、ヨーグルト、チーズ等の加工品等

農商工連携による畜産関連商品の開発・販売
短角牛を使った新商品(ベーコン、ジャーキー等)、乳製品(生キャラメル等)

COWなら岩手のもの



2 マーケティングの強化

「うし年は岩手の年！」宣言
いわて牛の集い(1/22)においてアピール
小岩井乳業との協働による「岩手のうまい!! もっとおいしく小岩井で」の展開

県産食材と小岩井乳製品を組み合わせたレシピ提案と、店頭プロモーションやHPを活用した情報発信
プレミアム短角(仮称)牛肉の販売促進
著名人(ヤマケンさん)・インターネットを活用したPR
首都圏高級ホテル等での牛肉を使ったフェアの開催



3 地産地消運動との連携

「知事と一緒に短角牛学校給食の日」の実施
肉・牛乳料理コンテスト、ミルクフェア21、牛乳大好き絵のコンクールの実施

4 食育の推進

牛とふれあう酪農出前教室の実施
首都圏小学校での短角牛等食育出前教室の実施



5 運動のPR

イメージキャラクターを活用したPR資材の製作
プロジェクト全体をアピールするためのモーモーフェア(仮称)の開催



岩手うし年は

UC-2 ウシコンバレープロジェクト

環境

1 脱CO₂クリーンエネルギーの活用

堆肥ペレットの製造・利用(工場等の暖房燃料、牛舎の敷料)等
バイオガスの有効活用、消化液の作物への利用

2 耕畜連携によるブランディング

飼料用米等を給与した肉牛生産
飼料用米等を給与した肉牛の堆肥を活用した野菜と牛肉の商品化

3 牛がつなぐ環境保全の展開

量販店・食品事業者等と連携した食品残渣リサイクルの推進
電気牧柵を活用した簡易放牧の普及



UC-3 諸国漫牛の旅プロジェクト

観光・文

1 新たな旅モデルの企画開発

牛に縁のある施設を巡る「スローな牛ツアー」等、新しい旅行商品の開発

2 観光・文化(情報)の発信

各地域で開催される牛にまつわるイベントの開催を支援
牛の博物館と連携した東北ブランド牛シンポジウムの開催 等



3 体験型うし修学旅行、グリーン・ツーリズムの推進

牛とのふれあい体験メニューを組み入れた修学旅行の誘致(情報発信)

牛の歩みの如く一步一步着実に成果を重ねて、地域振興につなげていきます。
“黄金の國、いわて。”が誇る、黄金の牛は、岩手の希望そのものです。

