

地域 ブランディング ～次の視点～

茨城会場

「セミナー」と「個別相談会」
農林水産省補助事業：農林水産物・
食品地域ブランド化共通基盤構築事業

日時 平成25年2月18日(月) 13:00～16:30

場所 水戸京成ホテル(JR水戸駅北口から徒歩3分)
瑠璃の間(2F)

〒310-0011 茨城県水戸市三の丸 1-4-73
http://www.mito-keiseihotel.com/



地域ブランドの現状とその効果

～今後向かうべき方向性～

2013. 2. 18

BR ブランド総合研究所
Brand Research Institute, Inc.

代表取締役社長 田中 章雄
(ギネス・ワールド・レコーズ地域活性化副委員長)
(一般社団法人ハラル・ジャパン協会副理事長)

食と農林水産業の地域ブランド協議会とは

地域の農林水産物・食品について、地域の特性を活かした付加価値を付けて販売し、消費者の支持・信頼を得ようとする「地域ブランド化」の取組が全国各地で行われている。

この地域ブランド化の取組を効果的なものとし、かつ全国に広げていくため、地域ブランド取組主体、地域ブランド支援者(アドバイザー・プロデューサー等)、加工・流通・販売等の事業者、地方公共団体や関係団体等が集まって、互いに情報交換や交流を行うための場として、平成19年11月に設立。

会員は地域ブランド取組主体・生産者団体や地方公共団体など717人。



食と農林水産業の地域ブランド協議会



会員の皆様からの情報を、本ホームページでご紹介します。
情報掲載を希望される皆様は、ぜひ協議会にご入会ください(会費無料)。

入会申し込み

地域ブランディング
セミナーを開催!

1月23日(水) 広島県世羅町

1月28日(水) 静岡県静岡市

- トップページ
- 協議会について(入会のご案内)
- NEWS
- 地域ブランド取組事例紹介
- ガイドライン
- 入会申し込み
- 関係機関へのリンク
- これまでの取組み

協議会事務局
「食と農林水産業の地域ブランド協議会」は、食品と農林水産分野で地域ブランド化を進める地域・団体等と、その支援者等から構成され、情報交換や交流を行っています。農林水産省食料産業局

地域ブランドの確立に向けて
地域ブランドWG 報告書より

平成23年度 総会・講演会等の
開催結果報告

農林水産物・食品の
地域ブランド確立に向けたガイドライン

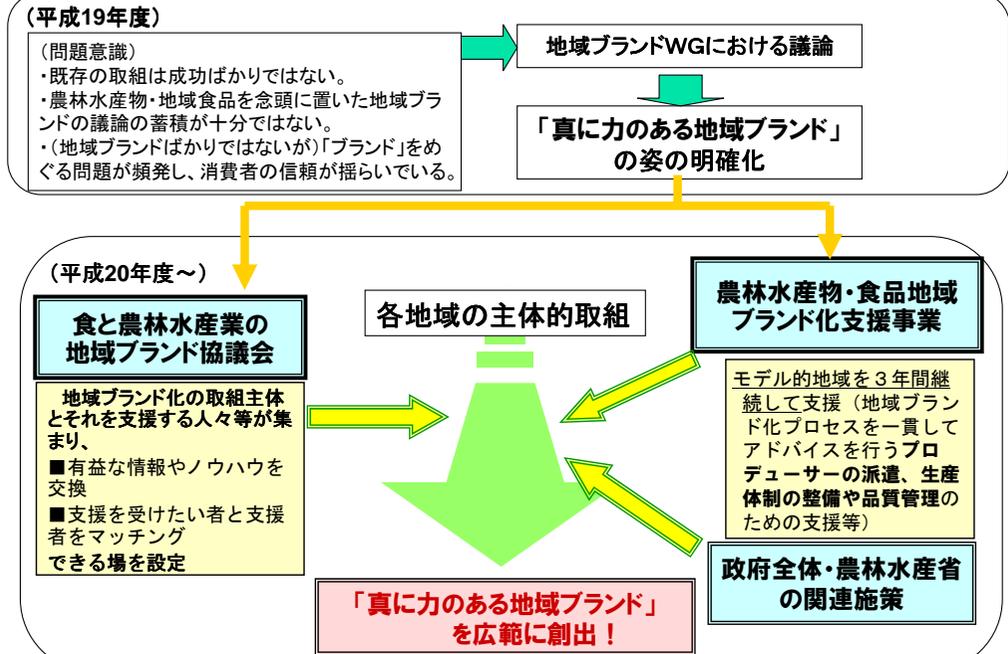
地域ブランド化支援
事業実施地区のご紹介

- NEWS
- セミナー等 2月8日(金) 福岡県久留米市にて地域ブランディングセミナーを開催 [2013年1月18日]
2013年2月8日(金)、福岡県久留米市のハイネスホテル・久留米(福岡県久留米市 西鉄久留米駅徒歩1分)にて、食品・農林水産業に関する地域ブランド化についてのセミナーが開催されます。「地域ブランディング～次の視点～」と題し、各地の地域ブランドの取組状況調査結果の徹底分析の上、各界の有識者をお招きし意見交換を行います。...
- セミナー等 地域ブランディングセミナーの開催報告(山形会場) [2013年1月15日]
2013年1月15日(水)、山形県山形市のホテル山形にて、セミナーを開催。当日は、農林水産省一田正三地域政策部長、

農林水産物・食品地域ブランド化支援事業

- 農林水産省の補助事業「農林水産物・食品地域ブランド化支援事業」を活用して、地域ブランド化を進める事業の採択者は、平成19年度からの3年間で35件。
- 支援の内容としては、以下の通り
 - 地域ブランド化に向けた行動計画の策定
 - 調査の実施
 - 基準の作成
 - 加工品等の開発
 - 名称・ロゴ・パッケージデザイン等の作成
 - 見本市等への出展
 - 情報発信
 - 基準管理のために必要な機器の整備
 - これら一連の取組みを継続的に支援する専門家(プロデューサー)の招へい(必須)

農林水産物・地域食品における地域ブランド展開イメージ (農水省)



農林水産物・食品地域ブランド化支援事業の採択事業

- | | |
|-------------------------------|---|
| 1 北海道オホーツクあばしり和牛(北海道網走市) | 20 長州黒かしわ(山口県長門市) |
| 2 馬鈴しょ(マチルダ、メークイン)(北海道河西郡芽室町) | 21 愛南びやびやかつお(愛媛県愛南町) |
| 3 バッハオニオン加工品(宮城県加美町・色麻町) | 22 媛っこ地鶏、あまおとめ、伊予美人(愛媛県松山市) |
| 4 米加工品(宮城県栗原市) | 23 はれひめ(愛媛県今治市) |
| 5 つや姫(山形県山形市) | 24 ISO野菜の加工品づくり(高知県高岡郡四万十町) |
| 6 小平ブルーベリー(東京都小平市) | 25 豊前本ガニ(福岡県豊前市) |
| 7 十郎梅(神奈川県小田原市) | 26 福岡のり(福岡県柳川市) |
| 8 魚津寒ハギ 如月王 ウマヅラハギ(富山県魚津市) | 27 豊前棚田ゆず、ゆずペースト(福岡県豊前市) |
| 9 チューリップ球根(富山県砺波市) | 28 長崎県産茶(長崎県東彼杵町) |
| 10 はとむぎ茶(焙煎茶)(富山県氷見市) | 29 「デコボン」、「甘夏」、「サラたまちゃん」を使用した農産物加工品(熊本県芦北町) |
| 11 宿儺かぼちゃ(岐阜県高山市) | 30 小国杉材(熊本県小国町) |
| 12 掛川茶(静岡県掛川市) | 31 肉牛、生乳、水田ごぼう、人参(熊本県菊池市) |
| 13 祖父江ぎんなん(愛知県一宮市) | 32 たまご、太秋柿、とまと、スイカ、メロン、イチゴ、中晩かん(熊本県熊本市) |
| 14 春日井サボテン(愛知県春日井市) | 33 紫草(大分県竹田市) |
| 15 伊勢本かぶせ茶(三重県四日市市水沢町) | 34 耶馬溪三代檜(大分県中津市) |
| 16 結崎ネブカ(奈良県川西町) | 35 安納いも(鹿児島県西之表市・中種子町・南種子町) |
| 17 紀州みなべの南高梅(和歌山県日高郡みなべ町) | |
| 18 赤梨(広島県世羅町) | |
| 19 一粒かき「安芸の一粒」「敵囃」(広島県廿日市市) | |

小平ブルーベリー ……小平ブルーベリー協議会(東京都小平市)

- プロジェクトの狙い
 - 小平市はブルーベリー栽培発祥の地であり、この特徴を生かし、ブルーベリーを市の特産品として確立することで、市内産業の振興や、魅力あるまちづくりを目指している。
 - 小平ブルーベリー協議会を設立し、生産農家と加工品を扱う事業者のネットワーク化を進めている。
- 組織体制
 - 小平ブルーベリー協議会は、2008年に生産者団体及び加工品を扱う事業者(菓子店、酒販店)などで構成。
 - 小平商工会、JA東京むさし小平支店、小平市産業振興課が事務局。
- 新商品の開発
 - プレミアムブルーベリーワイン(小平酒商組合)…小平産ブルーベリーとワインに最も適したコンコード葡萄をブレンドして醸造した、飲みやすい中口ワイン、720ml、2,580円。
 - ブルーベリーもろみ酢(協議会で試作)…小平産ブルーベリーと、クエン酸を豊富に含む沖縄のもろみ酢をブレンドした健康飲料、500ml。
- 商標関連の活動内容
 - キャラクター「ブルベ」を商標登録済み
- 成果
 - 生産額 3750万円(H20) → 4950万円(H22) 32%増
 - 生産量 20トン → 27トン 35%増
 - 販売単価 2000円/kg → 2300円 15%増
- その後の課題
 - 加工品用として栽培協定を結んでいる生産農家の収穫支援体制を強化したい。



十郎梅 …小田原十郎梅ブランド向上協議会(神奈川県小田原市)

■ プロジェクトの狙い

- 小田原市の梅は、曾我梅林を中心に栽培され、神奈川県下で最も多い生産量を誇っており、小田原オリジナル品種の十郎梅は果肉が厚くやわらかいことから、梅干用品種の最秀品とされている。
- 十郎梅の生産者や食品産業、流通等に関連する団体が連携し、「小田原十郎梅」のブランド力向上を目指した取組みを行うことで、各分野の産業振興及び小田原の地域イメージの向上を図る。



■ 新商品の開発

- 小田原十郎梅プレミアム梅干「雲上」の開発 一箱(5粒入り)1500円
- プレミアム商品の基準
 - ・ サイズは4L(42mm以上)、漬け込み塩分濃度18%
 - ・ 十郎梅の肉質の柔らかさを実感してもらうため、サイズが大きめの4L(直径42mm以上)の実を厳選。
 - ・ 収穫は、一つずつ手でもぎでおこなっている。
 - ・ 余分なものを一切入れず塩と梅だけで漬けている。
 - ・ 協議会作成のカラーチャート使用し、収穫時期と漬け込み時期を実の色で指定
- 販売場所は小田原市周辺(箱根町等)の土産物屋、旅館、ホテル、百貨店

■ 成果目標

- 生産額 十郎梅関連商品の平成18年度出荷額の30%増加を目指す。
- 生産量 300万円(2,000セット)

■ その後の課題

- 十郎梅の収穫量が季候に影響され、安定しない。



取組み内容 (ブランド化支援事業のアンケート結果より)

アンケートに回答した33件のうち、約6割の20件では加工品を制作した。

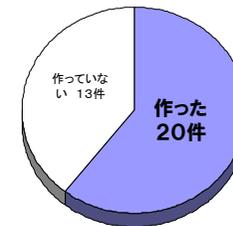
商品化はしたが、販売が思い通りいかず、製造を中止したものもある。

新商品は当初から開発の目的とはせず、農林水産物そのもののブラッシュアップや需要拡大、PR、商標取得などに取り組んだ地域もある。

地元店舗で購入できるのは約半数。約2割は現在は購入できる状態にない

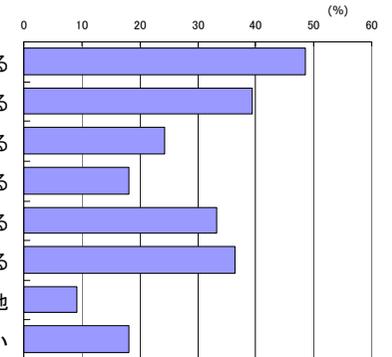
問 農林水産物・食品地域ブランド化支援事業において、新商品をつくりましたか。

取り組んだ商品(加工品以外を含む)は、どこで購入できますか。(いくつでも)。



1. 地元の店舗で常に購入できる
2. 地元のイベント等で購入できる
3. 地元外の店舗で常に購入できる
4. 地元外のイベント・物産展等で購入できる
5. 通信販売で購入できる
6. インターネットで購入できる
7. その他

購入できない

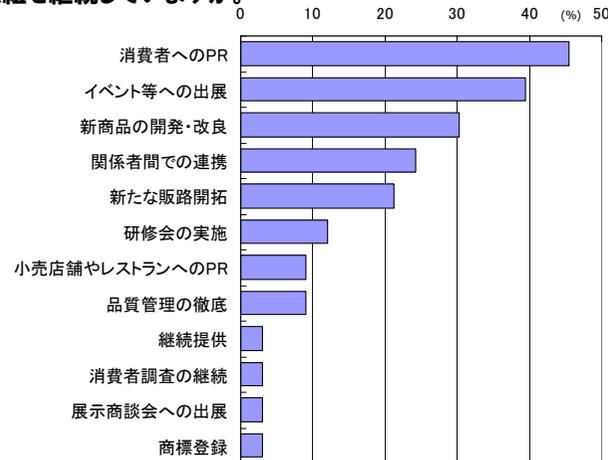
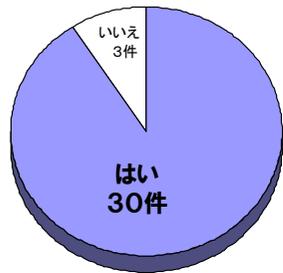


取組みの継続 (ブランド化支援事業のアンケート結果より)

支援事業が終了した後も、9割の取組みは何らかの形で継続している。

具体的には消費者へのPR、イベント出展、新商品の開発・改良、関係者間での連携、新たな販路開拓などが多い。

問 現在でも、地域ブランド化の取組を継続していますか。



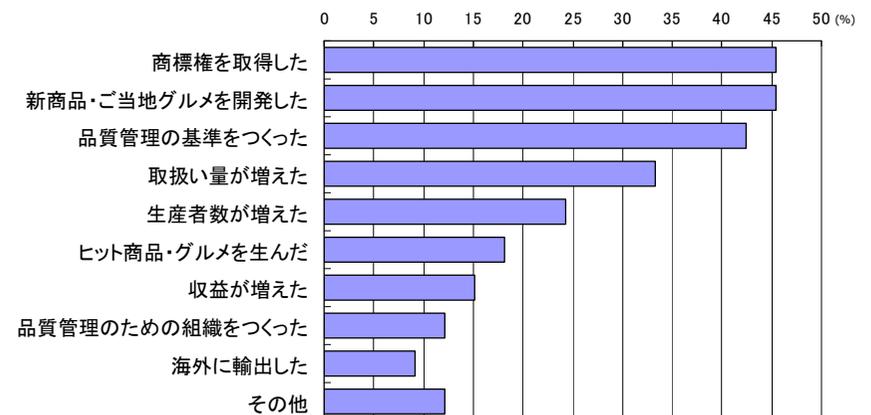
取組みの成果 (ブランド化支援事業のアンケート結果より)

成果としては「商標権を取得した」が半数弱と、最も多い。

「新製品・ご当地グルメの開発」、「品質基準を作った」なども同程度あった。

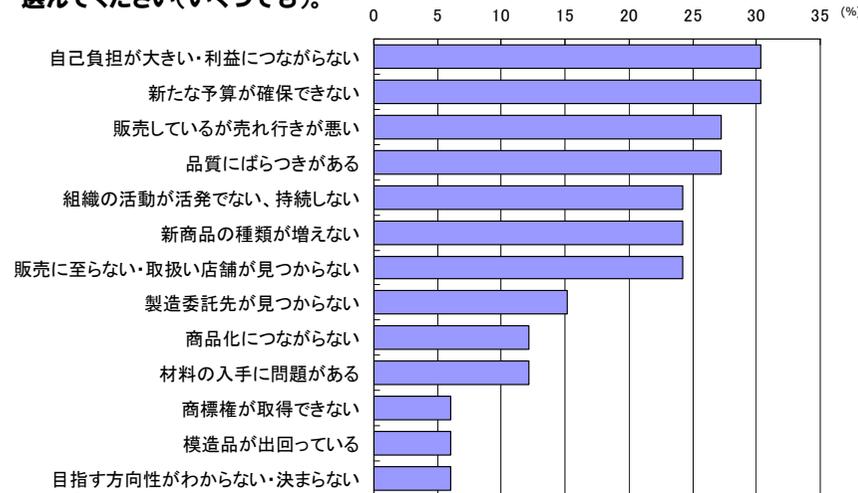
「取扱量が増えた」、「生産者数が増えた」、「収益が増えた」のいずれかにつながったと答えたのは約半数(複数選んだ地域もある)。

問 地域ブランド化の活動の成果を以下のうちから選んでください(いくつでも)。



逆に、各地が悩みや課題として感じているものとして、「自己負担が大きい」「新たな予算が確保できない」などの予算面と、「売れ行きが悪い」「販売に至らない」などの販売面、「品質にばらつきがある」「新製品が増えない」などの製造面などが多かった。

問 地域ブランド化を進めるにあたり、抱えている悩みはありますか。以下のうちから選んでください(いくつでも)。



- お客様の課題をしっかりと調査し、課題解決できる商品の開発
- 加工品を開発したいと思っているが、コスト面でどうしても割高になってしまう。今回の商品化で得たノウハウを活用しつつ、原料調達・製造コストを抑え、消費者がほしい、食べてみたいと思えるような商品作りを目指したい。
- 安定した生産体制、品質の向上、目玉となるヒット商品、イベント等を通したさらなる知名度の向上
- 商品も3年目となるため、いかに消費者へメディアを通じてPRしていくかが課題となっている。
- 既存商品のブラッシュアップと新商品開発を行い、フラッグシップとなるような商品の作成、生産と需要のバランスの調整を実施予定。
- なるべく添加物を使わない「スローフード」をめざす。そのための生産者研修を進める。
- 生産を高め、販売量を確保し、ブランド力を活かした他の商品開発
- 商標権侵害をなくしたい
- 生産者間で品質のばらつきがある。出荷の基準を再度徹底するなど、販路拡大を目指したい。
- 地元を中心に県外に向けても今以上にPR販売活動を行い、知名度向上と産地の活性化を図っていききたい。
- 地域(産地)に消費者を呼び込み、生産者と消費者との交流を図り、商品価値はもとより、特徴や品質を伝えていく
- 接遇の研修を全従業員受けていてひとつづくりをおこない、お客様へのおもてなしから地域ブランドへとつなげる取り組みもおこなっている。
- 今までは各企業との連携による商品作りが中心であったが、今後はJA独自の加工場を作り、オリジナルの商品開発を進める。
- 商品化に向けては、課題が多く、現実的ではない部分もあるが、地元の行政が協力的であることが大きな強みであり、6次産業の取組と合わせて前向きに取り組むたい

地域ブランド化の取り組みにおける課題の整理

課題1...目的・計画面

- 事業の目的や長期計画が明確でない場合は、事業の継続につながらない。
→ 何のために行うのか、事業終了後にどうするかを考えておけば、継続しやすい

課題2...商品開発面

- 商品開発の時間、労力が少なすぎるため、本気の開発になっていないケースがある。
- 商品コンセプトが十分に練られていないと、商品の高付加価値化につながらない
→ 徹底したこだわりを持つ。類似商品ではなく、独自の魅力を考える

課題3...販売面

- マーケティング不足。商品には自信があっても、売り上げにつながらない。
- 消費者に販売する仕組みが作れない。
→ お客様視点(マーケットイン)で商品を見直す。大量に売るのでなく、ファンを作る

課題4...組織・予算面

- 支援事業のための組織や活動になっていて、長期的な予算計画、人事ができていない。
- 補助金頼りの事業計画になっていて、ビジネスモデルが作れていない。
→ 小さな成功(利益)を目指し、その成功を拡大させることを考える

課題5...知財面

- 知財に対する理解が十分ではない(成功すると類似品が出る)。
- 商品に対する定義や基準が明確ではない。
→ 商標や品質に関する基準やルールを整備し、見直す

平成24年度「食と農林水産業の地域ブランド協議会」セミナー

地域 ▶ 茨城会場

ブランディング

~次の視点

「セミナー」と「個別相談会」
農林水産省補助事業：農林水産物・食品地域ブランド化共通高登構築事業

日時 平成25年 2月18日(月) 13:00~16:30

場所 水戸京成ホテル(JR水戸駅北口から徒歩3分)
瑠璃の間(2F)
〒310-0011 茨城県水戸市三の丸 1-4-73
<http://www.mito-keiseihotel.com/>