

Weekly コラム

平成 29 年 6 月 13 日

〒541-0055 大阪府中央区船場中央 2-1

船場センタービル 4 号館 4 階

船場経済倶楽部

Tel 06-6261-8000

(NPO 法人 SKC 企業振興連盟協議会) Fax 06-6261-6539

人の輪・衆智・繁栄

活動方針



当団体は、異なる業種の経営者が相集い、力を合わせ、自らの研鑽と親睦を通じて、斬新な経営感覚と新たな販売促進を創造して、メンバー同士でより健全な事業所とその事業所のイメージアップを図り、地域社会に貢献できる事業所となることを目的とする。

農林水産物・地域食品の 地域ブランド化

各地域において農林水産物などの地域資源の活用が求められる中、他地域の資源と差別化することを狙いとしてブランド化していくことへの関心が高まっています。

地域ブランド化について、経済産業省では2とおりの定義づけを行っており、1つ目は「地域の事業者が協力して、事業者間で統一したブランドを用いて、当該地域と何らかの関連性を有する特定の商品の生産又は役務の提供を行う取組み」です。2つ目は「地域発の商品・サービスのブランド化と地域イメージのブランド化を結びつけて、好循環を生み出し、地域外の資金・人材などを呼び込むという持続的な地域経済の活性化を図ること」です。

また、農林水産省知的財産戦略チームによると、地域ブランド化のプロセスは「発掘・創出」、「形成」、「確立」の3つの段階に大別されます。

「発掘・創出」の段階では目指す方向等を明確にし、戦略を確立するため売り出す商品の検討やブランドコンセプトの明確化を行います。「形成」の段階では「発掘・創出」の段階で選定した地域資源の「品質及び名称の管理」を行うとともに、地域内外においてその地域資源を認知してもらうために市場・ターゲットに対応した「マーケティング」を進めていきます。「確立」の段階では、地域ブランドの継続・発展に向け、ブランドの管理や商品の改良、関連商品の開発・販売などを行っていきます。

さらに、これらの3段階からなるプロセスを支えるものとして「取組主体における推進体制」の存在も重要となります。

では、農林水産物・地域食品の地域ブランド化に向け、具体的にどのような取組みが行われているのでしょうか。

小豆島は日本のオリーブ栽培発祥の地として1908年からオリーブの生産を開始し、現在ではオリーブの生産量が日本一となっています。小豆島では、国内の他地域やスペイン、イタリアなどの海外の産地との差別化を図るべく、「研究開発」、「人材育成」、「品質の差別化」、「イメージ戦略」の4つを柱とした「小豆島オリーブトッパンプロジェクト」を推進しています。

このうち品質の差別化に向けた取組みについてみていくと、品質に関する認証基準・制度の設立、品評会等へ出品、商標登録の取得などの取組みが行われています。

品質に関する認証基準・制度の設立においては、国際基準に適合した品質基準の構築を目指すべく官能評価などを取り入れた「かがわオリーブオイル品質表示制度」を開始しました。品評会等への出品においては、香川県農業試験場小豆オリーブ研究所が国内外の品評会へ出品する生産者等に対してサポートを行うことで、小豆島全体のオリーブオイルの品質向上を図っています。さらに小豆島オリーブとしてのブランド確立を図るため、「小豆島オリーブオイル」の地域団体商標登録が事業者等によって設立されたNPO法人小豆島オリーブ協会によってなされています。

このように、「小豆島オリーブトッパンプロジェクト」での取組みにおいては、生産者、加工・販売業者、公設試験研究機関、行政機関の間で連携が図れており地域ブランド化に向けたさまざまな取組みが行われているのです。



記事の内容に関するお問い合わせは事務局までご連絡ください。

ウィークリーはメールでの配信も行っております。お手数ですが、「メール希望」・「配信停止希望」と件名にご入力の上、skc-soudan@skc.ne.jp まで空メールをご送信ください。また、FAX ご不要の際は、その旨をお電話にてお申しつけください。