

食と農林水産業の地域ブランド化戦略

平成19年10月
農林水産省知的財産戦略チーム

1. 農林水産物・地域食品の現状と地域ブランド化

農林水産物・地域食品については、海外の産品・製品との競争が激しくなっています。また、消費者の価値観が多様化するなどにより、新しい売り方が求められています。

このような中で、農林水産物・地域食品に付加価値を付けて消費者にアピールするとともに、生産者・地域が自ら創意工夫することによって、地域の農林水産業・食品産業を盛り上げていくことが必要となっています。

このためには、農林水産物・地域食品の地域ブランド化を図ることが極めて有効な手段です。

農林水産物・地域食品をめぐる現状

グローバル化の進展の中で、海外の農林水産物・食品との競争が激化しています。

消費者の価値観が多様化しています。生産現場の情報も求められるようになっています。また、情報化の進展で、物流やマーケティング方法に変化がみられます。

農林水産業者が高齢化しています。一方、今後は、意欲的な生産者がわが国の農林水産業を担うことが期待されます。

	昭35年	45	55	平2年	12	17
農家戸数(万戸)	606	540	466	383	312	285
農業就業人口(万人)	1,454	1,035	697	565	389	335
うち65歳以上人口(%)	25	36	53	58

これらの現状に対応するためには、**「安さ」ではなく付加価値が重要**
生産者・地域自らの創意工夫が重要

創意工夫によって
農林水産物・地域食
品を地域ブランド
化！

2. 農林水産物・地域食品の地域ブランド化の意義

地域ブランドとは、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付けて展開するブランドです。

農林水産物・地域食品は、1社で大量生産ができる工業製品とは異なり、地域が産地としてまとまって取り組むことが重要であり、また、「地域」性を強調しやすいものです。すなわち、「地域ブランド」の取組が有効となります。

既に各地で、地域の農林水産物・地域食品を地域ブランド化しようという動きが盛んになっており、地域団体商標の取得も進んでいます。

このような地域ブランド化の取組によって、
農林水産業・食品産業の競争力の強化と地域の活性化
食の多様化、豊かな消費生活
が実現されることが期待されます。

地域ブランドとは、地域独自の価値を売り出すものです。

全国各地に、地域独自の農林水産物・食品が埋もれています。これは、最も身近で、かつ活用しやすい「地域資源」です。

地域団体商標制度(平成18年4月～)を契機とした地域ブランド化の取組が広がっています。

(登録査定件数296件のうち、農林水産物・食品は157件(平成19年9月25日現在))

農林水産業・食品産業の競争力強化・地域活性化が実現！
食を多様化し、消費生活を豊かに！



関あじ・関さば



夕張メロン

3. 地域ブランド化の支援の考え方

しかし、各地で行われている地域ブランド化の取組は、成功しているものばかりではありません。

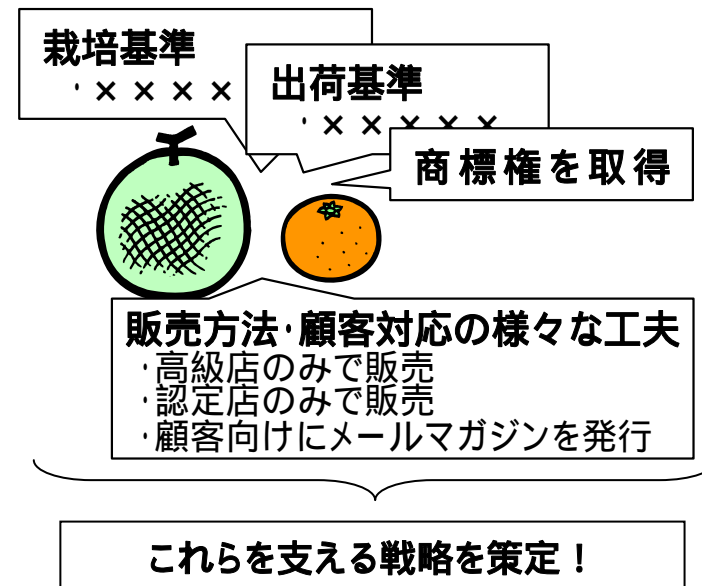
品質の安定化や販路開拓など、各地が抱える問題を解決するためには、各地のやる気・創意工夫に加えて、外部の専門家の視点・能力を導入し、ブランド・コンセプトの設定、生産管理・品質管理、マーケティングに至るまで、一貫した戦略に基づいて取組を進めることが必要です。

【既存の取組の失敗例】

- 名前は有名になったが、品質が安定しない。
- 消費地からの評価に関心が薄いまま、出荷している。
- 地域団体商標はとったが、どう売ればよいかわからない。



地域の人たちのやる気と創意工夫
外部の専門家の視点・能力の導入
ブランド・コンセプトの設定、生産管理・品質管理、マーケティングに至るまでの一貫した戦略
が必要！



4. 地域ブランド化の支援の考え方

これまで、地域団体商標制度による保護を通じた地域ブランド化の取組への支援が行われてきています(特許庁や日本弁理士会)。

この支援と連携しながら、新たに、農林水産物・地域食品について、その品質の安定化や販路開拓の視点から、次の地域ブランド化支援を行います。

地域ブランド化の取組主体とそれを支援する人々等が集まり、有益な情報やノウハウを交換するとともに、支援を受けたい者と支援者がマッチングできる場を設けます。

「真に力のある地域ブランド」の創出を目指す取組主体に対してモデル的に支援し、成功するための方法・手段等を解析して示します。

食と農林水産業の 地域ブランド協議会

地域ブランド化の取組主体とそれを支援する人々等が集まり、

有益な情報やノウハウを交換

支援を受けたい者と支援者がマッチングできる場を設定

年1回程度の協議会開催(講演やシンポジウム)のほか、ホームページやメールを活用

真に力のある地域ブランドを 創出！

- ▶ 品質が良く、安定供給ができるもの
- ▶ 消費者のニーズを的確に捉えたもの

地域団体商標の取得による 地域ブランドの保護

農林水産物・食品地域 ブランド化支援事業 (平成20年度概算要求)

モデル的地域(全国30地区(予定)・3年間継続)を支援

地域ブランド形成過程すべてを対象に、提案から実現まで一貫してアドバイスを行うプロ

デューサーの派遣

農業技術、表示管理、マーケティング等の専門家を招へい

市場調査や品質向上・管理のための支援

モデル地域の成果(成功の方程式)を広く全国に普及

5. 食と農林水産業の地域ブランド協議会

地域ブランド化の取組主体とそれを支援する人々等が集まり、交流や情報交換、先進的取組事例から学ぶなどの活動を行うことによって、地域ブランド化の取組の拡大が期待されます。

参加していただきたい方

地域ブランド化の支援に取り組んでいただける方

- ・ 専門家、アドバイザー
- ・ 地域ブランド品の流通・販売に携わっている企業・団体、消費者団体

地域ブランドの取組を実施されている団体

地域ブランド品の生産に携わっている団体、地方公共団体 等

活動内容

- ・ 地域ブランドに取り組む者に対する情報提供や交流(講演会やパネルディスカッション)
- ・ 先進的事例の紹介
- ・ ホームページやメールによる様々な情報の提供

等

参加の意義

頑張る農林水産業・食品産業、農山漁村を応援します。

食の多様化や信頼できる食への取組を促進します。

異業種の関係者との交流ができ、ビジネスに役立つ情報を得ることができます。

優良な取組事例から自身の取組のヒントを得ることができます。

地域ブランドのアドバイザーや専門家と直接話ができ、協力関係を築くきっかけができます。

政策情報をタイムリーに入手することができます。

(事務局)

農林水産省知的財産戦略チーム

(スケジュール)

10月2日に発起人会を開催し、参加を呼びかけ
11月に協議会設立総会を開催

「真に力のある地域ブランド」を目指す取組の拡大