

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 俯瞰図

「発掘・創出」期
(1年目)「形成」期
(2年目)「確立」期
(3年目以降)①プロジェクトの
立ち上げ

プロジェクトを進めるための「体制づくり」

検討体制づくり

現状分析

意識共有

i. 検討体制づくり
プロジェクトについて話し合うための場を作ります。ここでは、「キーパーソン(リーダー)」となれる人材を確保することも重要です。

ii. 現状分析の実施
商品開発に向けて、自地域の製品の現状を把握します。自地域の現状のみならず、顧客や競争相手の状況を分析しておくことが重要です。

iii. 関係者間の意識共有
メンバーを集めてセミナーやシンポジウムを行い、プロジェクトの推進に向けた意識の共有を行います。

②戦略策定

商品開発の方向性を定める戦略を策定

ブランド化製品の決定

ターゲット明確化

戦略の設定と共有

i. ブランド化製品の決定
地域ブランド化を目指す品物を決定します。展開可能な商品を幅広く洗い出した上で、競争相手と比較し、絞り込んでいきます。

ii. ターゲットの明確化
展開可能な商品をどういったターゲットに売っていけばよいかを明確にします。その上で、販路(流通チャネル)についても、きちんと検討しておきます。

iii. 戦略の設定と共有
上記のように決定してきた事業の売上目標をきちんと設定し、目標を達成するために、商品企画から生産、流通、販売までが一体となったシステムとなっているかを再度検証します。

③取組体制の
整備

実働のための体制づくり(ワーキングチームの組成)

ワーキングの組成

予算の確保

i. ワーキングの組成
実際に事業を主導するメンバーとして10名程度のワーキングチームを組成します。事務局には、自治体や農林水産団体など、幅広いネットワークを持つ団体に要請することを検討します。

ii. 予算の確保
プロジェクトの立ち上げ段階にあるため、国や市の補助事業を活用し、当座の予算を確保することを検討します。

④商品開発

顧客のニーズに応じた「商品(コンセプト)」を設計

商品の
具体化適切な
価格設定表示方法
の遵守品質基準
の設定

- i. 商品の具体化**
シェフなどに助言を求めながら、商品の規格を決定します。
- ii. 適切な価格設定**
ターゲットを絞り込み、チャネルに応じた価格を設定します。
- iii. 表示方法の遵守**
表示方法に関する法令を遵守します。
- iv. 品質基準の設定**
製造現場の管理マニュアルなど、品質管理の整備を進めます。

⑤ブランド・ツール開発

消費者を惹きつけるストーリー性のあるブランド・ツールを開発

ブランドストーリーの整理

ブランド・ツールの作成

- i. ブランドストーリーの整理**
地域資源や商品開発までの物語を活かし「ブランドストーリー」を整理します。
- ii. ブランド・ツールの作成**
ブランドストーリーを活かし、統一されたブランドイメージを発信できるようなブランド・ツールを開発します。

⑥テストマーケティング

展示会などへ出品し、商品に対する市場の評価を分析

展示会への
出品市場の評価を
分析

- i. 展示会への出品**
適切な展示会(専門展)を選んで出品します。商談したいバイヤーはあらかじめ整理しておきます。
- ii. 市場の評価を分析**
市場(消費者やバイヤー)の反応をきちんと整理・分析し、フィードバックします。

⑧販路開拓

商談に取組むとともに、営業・販売体制を整備

営業体制の
整備コミュニケーション
システム整備

- i. 営業体制の整備**
受注から生産、流通まで統一したルールを規定し、ブランドイメージを損わない対応が可能な体制を構築します。
- ii. コミュニケーション・システム整備**
顧客の要望を直接聞けるようなコミュニケーション・システムを整備します。

⑦広報戦略

販路開拓に向け、市場に向けて情報を発信

地元への
情報発信ターゲットへの
情報発信

- i. 地元への情報発信**
地元をサポートを作るため、地元のメディアを通じた情報発信を行います。
- ii. ターゲットへの情報発信**
ターゲット顧客に向けた情報発信を行います。グルメ雑誌とのタイアップなど、商品と顧客にあった手法を選択します。

⑨知財管理

ブランドを守るために知的財産として管理

知財の運用
ルールの設定地域団体商標
の利用

- i. 知財の運用ルールの設定**
ロゴ等のブランド・ツールの運用ルールをつくり、参加事業者が自由に使うことで、ブランドイメージが拡散されてしまうことを防ぎます。
- ii. 地域団体商標の利用**
地域ブランドを知的財産として保護し、一元的に管理・運用するため、地域団体商標等への登録について検討します。

⑩継続的な事業運営
に向けて

事業の展開状況に応じて、適宜実施体制を見直し

事業計画の
見直し実施体制の
見直し

- i. 事業計画の見直し**
事業の状況に応じて、適宜事業計画を見直します。
- ii. 実施体制の見直し**
株式会社や組合など、事業の展開状況に応じて、柔軟に組織体制を見直していきます。

随時市場調査を実施