

## 3-4 地元に向けたブランド・コミュニケーション

地域ブランドのアイデンティティは、当該地域と密接に関わっており、地域づくりの観点も不可欠です。地域全体での取り組みとすることで、地元の生産者や住民、行政などに一丸となって応援してもらい、地域の誇りと感じてもらうことが理想的です。地元の関心・理解を深め、可能であれば資金面や人材面での支援なども受けられるように、ブランドの価値や取り組み内容を広く発信します。



### 取り組みのチェックポイント

- 単一製品の売上向上だけでなく、地域づくりにつながる取り組みであることを説明します。
- 地元の小中学校に給食として提供したり、地元の祭事に出展するなどして、地元の消費者の口に入る機会を増やしています。
- 地域ブランドの住民サポーターをつくり、イベントやWEBでの情報発信を支援していただきます。
- 地元の新聞、テレビを通じて積極的に情報を発信します。



### 実践現場の知恵

- ✓ 地元の消費者を巻き込んで、地産地消に組み込み、まずは一定量の消費創出を目指します。
- ✓ 地元の消費者に評価してもらうことで、お歳暮などに利用してもらえる可能性もあります。そういった機会を通じて、地域外の消費者へと口コミで広がっていくことも期待できます。
- ✓ 地元の盛り上がりや外部のマスメディアに取り上げられることで、地域外への更なる情報発信へとつながっていくことを意識しておくべきです。
- ✓ 地元の小中学生の食・農への関心を高めることで、未来の担い手を育成していきます。

## 参考事例: 愛媛県大洲市 おおずプレミアムマルシェ

おおずプレミアムマルシェ  
出店者募集



大洲市と喜多郡のこだわり食材を集めました

地元のおいしいに出会える日

2017. 02. 26 日  
10:00～15:00  
【場所】  
大洲市肱南地区 肱川橋下 遊歩道

大洲市及び喜多郡で生産されたこだわりの生鮮野菜・加工品とそれらを使用した食品等を募集いたします。




【主催】大洲市青年農業者協議会

〒795-8601 大洲市大洲 690 番地 1  
大洲市役所農林水産課内 大洲市青年農業者協議会事務局  
TEL: (0893) 24-1727 FAX: (0893) 24-1350



## 4 販路の開拓

### 4-1 販路の開拓

小売業でフェアなどを開催して、商品をターゲット顧客(消費者やバイヤー)へと売り込みます。ターゲットとなるバイヤーとのつながりができてきたら、個別の試食会を開催するなど、よりターゲットを絞り込んで、売り込みを進めます。



#### 取り組みのチェックポイント

- 展示会、商談会に参加する機会が多いバイヤーに向けて効果的に売り込むためには、どのような規格で販売されているのか、他の同種商品と比べてどういう特徴があるのか、といったことが分かるようにしておく必要があります。
- 売り込みを進めている間にも、バイヤーなどからの指摘に応じて、適宜商品を見直していくことも重要です。



#### 実践現場の知恵

- ✓ どの市場に狙いを定めるかが重要なポイントです。各市場の状況を徹底的に調査し、ライバル商品の力が比較的弱い市場をまずは徹底的に攻めるなど、産地が一体になって動いていくことが重要です。(特に先行しているライバル産地がある場合には、勝負できそうな市場を徹底的に調査し、まずはその市場を集中して攻めていく必要があります。)
- ✓ 逆に既に市場において一定のシェアを握っているブランドの場合、プラスアルファをもたらす存在として、新しい販路に単独で乗り込んでいくような、チャレンジングな事業者を育成していくことも必要です。



## 参考事例：首都圏の高級スーパー紀ノ国屋におけるフェアの開催

首都圏の高級スーパーマーケットで、産地名を前面に出した小売販売フェアを開催します。

