

# 地域ブランドづくり・地域ブランド計画

## ■ 地域ブランド計画

「地域ブランド計画」は、近年、持続可能な地域活性化に対する効果が期待される取り組みとして、全国各地で推進されている。

地域ブランドは、それぞれの地域イメージ（景観、自然、歴史、風土、文化、素材など）と関連させながら、製品・商品、サービスの開発や高付加価値化に地域全体で取り組むことにより、一種の差別化された価値を生み出し、その価値が広く認知され求められることで形成される。

計画の大きな目的は、地域全体（産業・文化・環境など）の魅力を高めるための取り組みであり、地域の産業、暮らしやすさ、観光地としての魅力などの向上により、地域活性化に繋げていくことである。

その全体の計画の中で、地域の魅力を高めるための手段の一つとして特産品の地域ブランド認証制度が盛り込まれている例が多い。

沖縄県においても、従来から様々な地域で特産品や地域資源を活用した地域ブランドづくりが実施されており、その取り組みによる地域活性化が目指されている。

**図表 沖縄県の地域ブランド制度（一部事例）**

### 沖縄県優良県産品推奨制度 (沖縄県観光商工部)

**【概要】**県産品の需要の拡大と品質の向上を図り、その販路開拓を促進するため、公的な試験研究機関による厳しい検査と選定審査会における厳正な審査を経て選定された製品を、優良県産品として推奨。

**【対象】**加工食品、家庭用雑貨、その他知事が必要と認めるもの

### 八重瀬町カラベジ推奨品認定制度 (八重瀬町商工会・八重瀬町カラフルベジタブルプロジェクト推進委員会)

**【概要】**平成21年度から「カラフルベジタブル」を地域ブランドコンセプトに八重瀬ブランドプロジェクトを推進。新たな八重瀬ブランドとしてブランドが持続する仕組みづくりの構築を目指されている。

**【対象】**八重瀬町の農産物「カラフルベジタブル」を活用した製品

### 東村ブランド (東村、東村商工会)

**【概要】**東村の代表的特産品であるバインを核にシンボルマーク、ブランドステートメント、キャラクターを設定。シンボルマークを、様々な活動やサービス、特産品に展開し、東村ブランドとして発信。

**【対象】**農林水産物、加工品、料理レシピ

海邦総研では、地域ブランドに関する最新情報を収集しています。ご相談はお気軽に！

《株式会社海邦総研》 TEL:098-859-8700 FAX:098-859-7800 〒900-0015  
E-mail:research@kaiho-ri.jp 沖縄県那覇市久茂地3-29-62-3F

# 農商工トレンド



## 農業生産法人 株式会社ナンポーフーム

営業部長 比屋根和弘氏

地域のため、農家のため、品質向上のために  
プライドを持って仕事をしています。

### 連携パターン

商主導型

### 参入のきっかけ

製造商品の原材料を安定的に確保するため



ひとつひとつの手で丁寧に紅芋の皮を取り除く。大事な作業。

通体制を強化することが商品開発の力にもなるんですね。そうすると商品の価格も安定して市場に出すことができますから。

需要さえあれば供給は皆で工夫してやっていけると考えています。私たちが目指すのは、一企業としてよりも地域の産業振興、地域ブランドの底上げです。

### ■ 将來の展望

沖縄は島ですから不利な面も多いです。しかし逆に地の利を活かした商品も作れるわけです。例えば、糖度が高く明日には痛んでしまう完熟マンゴー。これを加工してジャムを作る作業などは県外ではできません。勿論、県内でやるにしても様々な努力は必要ですが、各々が智恵を出し合い、努力して連携していくべきもっと地域資源を生かした商品が多く出来ると思います。

私共で製造・販売している商品のレシピは毎年変えています。去年よりいいものを作らないとお客様は味が落ちたと感じてしまう。そこで、今年はもう一步踏み込んで、農家にいい品種から提供しようと取り組んでいます。農業研究センターで品種を選抜し、人工的にバイオ苗を作り育苗して提供する予定で、来年度からの実施を目指し、国と県には農商工連携事業で認可を取りました。

また、将来、最終的な目標としてバニラ栽培を考えています。沖縄が栽培の北限ですので、うまくいけば国産のバニラを県内で作ることができます。これは非常に魅力があります。実現には、品種の選択や栽培法など課題が山積みですけどね（笑）。でも、夢はとても大きいです。



ナンポーフームの人気商品。手前が今秋から売り出された伊是名島のもずくようかん。生もずくの触感が新鮮だ。

### ■ 企業のメリット

地域ブランドが地域活性化のための重要な取り組みといつても、参加する企業にとっては、その意義やメリットも重要である。

地域によって制度のあり方は様々であるが、パンフレットやプレスリリース等による広告・PRなどの宣伝やプロモーション、商談会等イベントへの出展支援、商品開発の支援など様々な企業側のメリットが想定される。

また、地元での評価や認知度をバイヤーが商品を見る際のひとつの目安としている場合もあり、最近では、大手との取引拡大のために地域ブランド認定を活用する企業も増えているようだ。

### 想定される企業側のメリット

- 商品開発の支援・補助
- 連携先等マッチング支援
- 商談会・展示会等イベントへの出展支援
- 宣伝・プロモーション支援
- 専門家による助言や支援
- 行政や各機関による優先的な使用・推奨
- 調査・企画等マーケティング支援
- ビジネス基盤強化
- 知財化支援（商標・意匠・特許等）
- デザイン支援（パッケージ等）など

国、県、市町村等、様々なレベルで支援制度や補助金などの事業があり、地元で推進されている地域ブランド認定制度等の事業と合わせて活用することで、より効率的な戦略を確立することも考えられる。

地域ブランド認定制度は、地域の素材にこだわりを持った商品開発を進める企業、地域活性化に貢献したいと考えている企業にとっては、ブランドコンセプトや制度の趣旨や目的が自社の活動に合致するのであれば、特に活用できるところも大きいのではないだろうか。

海邦総研では、地域ブランドに関する最新情報を収集しています。ご相談はお気軽に！

《株式会社海邦総研》 TEL:098-859-8700 FAX:098-859-7800 〒900-0015  
E-mail:research@kaiho-ri.jp 沖縄県那覇市久茂地3-29-62-3F