

---

# 平成 19 年度地域食品ブランド維持・管理対策事業

---

## 報告書

平成 20 年 3 月

財団法人食品産業センター

## はじめに

近年、さまざまな地域資源をブランドとして活用することにより、地域の活性化を目指す取組みが各地でなされています。

食品産業センターでは、こうした取組みを支援するため、農林水産省の補助事業「食料産業クラスター展開事業」の一環として「地域食品ブランド維持・管理対策事業」を実施することとし、将来有望と思われるブランド等を選抜し、消費者や食品関連事業者を対象とした意識調査等を実施しました。

その結果を踏まえ、地域食品ブランドに詳しい専門家を対象団体に派遣し、地域食品ブランドとしての価値を見出し高めるため、また既に知名度のあるブランドについてはその維持・向上を目指すためのアドバイスを行いました。

また、地域食品に関わる方々を対象として全国8箇所で開催し、ブランド管理の意義や必要性について、また、地域食品ブランドを生かした取組み等事例等についての情報提供を行いました。

本事業の実施結果をとりまとめたこの報告書が、地域食品ブランドの確立を目指す方々の一助となれば幸いです。

本事業の推進にあたり、ご指導、ご支援いただいた検討委員の皆様をはじめ、ブランドアドバイザーの皆様、各地でご講演いただいた講師の皆様、各調査等にご協力いただいた皆様に心より御礼を申し上げます。

平成20年3月

財団法人食品産業センター

## 目次

---

はじめに	3
目次	4

---

第1部 事業概要とブランド維持・管理セミナーの開催	5
1. 事業概要	6
2. 対象品目	7
3. 委員会開催結果	8
4. セミナー実施結果	9

---

第2部 ブランド評価の追跡調査・分析	17
1. 調査結果など	18
2. 鶴川のししゃも	21
3. 清水森ナンバ	27
4. 鹿沼市特産美たまるカステラ	33
5. 加賀野菜ブランド	39
6. 近江うどん	45
7. 小豆島ブランド	51
8. 阿波やまももブランド	57
9. 宮崎ブランド	69
10. 沖縄黒糖	75

---

第3部 ブランドアドバイザーの派遣(アドバイス内容と今後に向けた方針)	81
1. アドバイスシートの概要	82
2. 鶴川のししゃも	83
3. 清水森ナンバ	99
4. 鹿沼市特産美たまるカステラ	115
5. 加賀野菜ブランド	131
6. 近江うどん	147
7. 小豆島ブランド	163
8. 阿波やまももブランド	179
9. 宮崎ブランド	195
10. 沖縄黒糖	211

---

## 第 1 部 事業概要とブランド維持・管理セミナー

## 1. 事業の概要

### (1) 事業の目的

地域食品の品質管理も含めた地域ブランドの維持・管理向上を図るため、ブランドイメージを高める管理手法等の専門家(ブランドアドバイザー)を派遣することにより、ブランドの権利管理等地域食品ブランドの更なる向上を図る。

### (2) 専門委員会の設置

学識経験者等で構成される「地域食品ブランド育成・管理総合検討委員会」のもとに「地域食品ブランド維持・管理対策検討部会」を設置し、本事業実施に係る企画、実施内容等について検討した。

### (3) ブランド維持・管理セミナー開催

全国8地域において、地域団体商標制度や地域食品ブランド表示基準制度「本場の本物」等を活用したブランド管理の必要性や地域食品ブランドを生かした取組み事例の紹介、また実需者の立場に立ったブランド戦略等を紹介し、今後のブランド戦略の参考とするためのセミナーを開催した。

・全国8箇所/参加者合計488名

### (4) ブランド評価の追跡調査・分析

農林水産省が実施した平成17年度及び18年度食料産業クラスター事業により開発された地域食品、また、地域団体商標制度及び地域食品ブランド表示基準制度「本場の本物」に登録されたブランドから9ブランドを選び、その代表的な商品を例として、消費者から見たイメージ、認知度、その利用状況等消費者ニーズ調査を実施したほか、流通事業者へのヒアリング調査を実施し、ブランドの確立及び維持・向上に向けたブランド戦略の方向性について検証した。

・試飲試食を伴うアンケート調査

...全国9箇所(12,186名参加、回答は8,062件)/平成19年8月～12月

・インターネットを利用した消費者意識調査

...全国(1,080名参加)/平成19年11月

・流通事業者へのヒアリング調査...首都圏7社/平成19年11月

### (5) ブランドアドバイザー派遣

(4)の実施結果を受け、それぞれのブランドを管理する団体に対して、その価値を高めるためのブランド展開の方向性、またはブランド管理のあり方等について相談できる専門家(ブランドアドバイザー)を派遣し、アドバイスを行った。

なお、対象となった9ブランドと、調査の対象とした代表的な商品は次頁のとおり。

## 2. 対象ブランド

1	<p>鶴川のししゃも(北海道)          対象商品「鶴川ししゃも」/一箱子持ちLサイズ30匹入り/5,250円          :鶴川産ししゃもの生干し。          市場で主流のカラフトししゃもよりも大きく肉付きがよい。          ブランド管理団体:鶴川漁業協同組合</p>	
2	<p>清水森ナンバ(青森県)          対象商品「清水森ナンバ醤油漬け」/150g/350円          :弘前産とうがらしの加工品          弘前市固有のとうがらしで、程よい辛味と甘みがある。ビタミンC、Eが豊富。          ブランド管理団体:在来津軽清水森ナンバブランド確立研究会</p>	
3	<p>鹿沼市特産美たまるカステラ(栃木県)          対象商品「美たまるカステラ」/一本(20センチ程度)/1,100円          :鹿沼産ハトムギ焼酎「美たまる」を含ませたカステラ          栃木県産の小麦粉と鹿沼産のハトムギ焼酎を使用した、しっとりしたカステラ。          ブランド管理団体:美たまるカステラ銘菓会</p>	
4	<p>加賀野菜ブランド(加工食品)(石川県)          対象商品「加賀野菜スープ」/150g/294円          :加賀野菜の粉末を使用したポタージュスープ          収穫時期が限られ、伝統のある加賀野菜を粉末に加工することで通年提供できるようになった。          ブランド管理団体:石川県食料産業クラスター協議会</p>	
5	<p>近江うどん(滋賀県)          対象商品「三方よし」/400g(2人前)/157円          :滋賀県産小麦ふくさやかを使用した近江うどん          つやよし、こしよし、粘りよし、が特徴なので、三方よしと命名した。          ブランド管理団体:滋賀県食料産業クラスター協議会</p>	
6	<p>小豆島ブランド(香川県)          対象商品「山椒ちりめん」/160g/1,575円          :小豆島産醤油と国産食材を使用した佃煮          食品添加物を使用せず、伝統的製法で作られた佃煮。          ブランド管理団体:小豆島食料産業クラスター協議会</p>	
7	<p>阿波やまももブランド(加工食品)(徳島県)          対象商品 「阿波やまももソースのクリームサンド」、直径8cm半個/105円          「恋するやまももバーモント」3倍希釈720ml/1,365円          :徳島産やまもものピューレを使用した菓子とジュース          農薬を使用せずに栽培された徳島産やまももをペーストにして冷凍し、フルーツソースやドリンクなどに使用している。収穫時期が短い。          ブランド管理団体:徳島県食料産業クラスター協議会</p>	
8	<p>宮崎ブランド(宮崎県)          対象商品「宮崎マンゴープリン」、「日向夏ゼリー」/直径6cm半球/262円、「宮崎はちみつ日向夏ドリンク」/195g24本/2,880円          :宮崎産の果実等を使用したプリン、ゼリー、飲料          完熟させ収穫したマンゴーや日向夏を使用したプリン、ゼリー、飲料。          ブランド管理団体:宮崎県食料産業クラスター協議会          なお、本報告書ではマンゴープリン、日向夏ゼリーの調査結果を記載した。</p>	
9	<p>沖縄黒糖(沖縄県)          対象商品「伊平屋島、粟国島、多良間島、小浜島、西表島、波照間島、与那国島産黒糖」各300g/300円~400円(平成19年12月現在)          :沖縄県7島のさとうきびで作られた黒糖          沖縄県7島産のサトウキビのみを絞り、煮詰めたものでミネラル成分が豊富。          ブランド管理団体:沖縄県黒砂糖協同組合</p>	

### 3. 専門委員会の開催

#### (1) 概要

別途組織される「地域食品ブランド育成・管理総合検討委員会」のもとに、地域食品のブランド化、またはブランドの維持・管理のあり方に詳しい学識経験者、及び地域食品を取り扱う専門家に、本事業を円滑に推進するための具体的な企画提案、助言、取りまとめ等を行う「地域食品ブランド維持・管理対策検討部会」を設置し検討委員としてご参画いただき、同検討部会の検討により本事業を実施した。

#### (2) 地域食品ブランド維持・管理対策検討部会委員

伊藤 哲朗	日本食糧新聞編集本部先端取材局長
小笠原 荘一	日本チェーンストア協会常務理事
加藤 寛昭	食と農研究所代表
門間 裕	社団法人日本アグリビジネスセンター常務理事
金谷 年展	慶応義塾大学大学院政策メディア研究科教授
酒井 孝成	社団法人日本食品・バイオ知的財産権センター専務理事
田中 章雄	株式会社ブランド総合研究所代表取締役社長
松倉 敏彦	国分株式会社食品統括部課長
山口 靖弘	社団法人京都府食品産業協会事務局長

( :座長、敬称略/五十音順)

#### (3) 地域食品ブランド維持・管理対策検討部会の開催

第1回 日時:平成19年7月30日(月)13時30分～15時30分

会場:食品産業センター会議室

議題:平成19年度地域食品ブランド育成・管理対策事業の進め方について  
...対象となる9ブランドを選定したほか、調査の実施方法等について検討した。

第2回 日時:平成20年1月30日(水)15時～17時

会場:食品産業センター会議室

議題:平成19年度地域食品ブランド維持・管理対策事業の進捗状況について  
...調査の実施結果報告及びアドバイスの実施方法等について検討した。

第3回 日時:平成20年3月26日(水)15時～17時

会場:食品産業センター会議室

議題:平成19年度地域食品ブランド維持・管理対策事業実施報告について  
...地域ブランド維持・管理セミナー等実施報告、9ブランドについての調査結果及びアドバイスの実施結果について報告、検討した。

## 4. ブランド維持・管理セミナーの開催

### (1) 事業の概要

平成18年度より、地名が伴う商標について地域の事業協同組合などの団体による地域団体商標登録の出願が可能となった。この制度は、地域ブランドを適切に保護することにより、事業者の信用を維持し、地域経済の発展を支援するものである。一方では、いわゆる地域食品においては付加価値の高い食品が多く見られ、そのブランドを保護する必要があるなかで、商標登録する意義、必要性、その方法などの情報が行き渡っていないのが現状である。

そこで、更なる地域の発展を目指して、食品製造事業者等を対象とし、地域食品ブランドの確立、保護の必要性及びメリット等についての理解を深めるためのセミナーを開催し、また、その参加者に対してアンケート調査を行った。

### (2) 地域ブランド維持・管理セミナーの開催

【北海道地区：札幌市】

開催日：平成19年10月25日(木)/会場：アクセス札幌/参加者：35名

「ブランドにしよう地域食品-その意義と必要性-」

食と農研究所代表 加藤寛昭氏

「事例紹介：鶴川ししゃものブランドづくり」

むかわ町商工水産観光課 水産係主任 梅田 晶 氏

【東北地区：宮城県仙台市】

開催日：平成19年11月6日(火)/会場：仙台ホテル/参加者：59名

「地域食品ブランド化戦略～消費者の視点を生かす～」

(財)流通経済研究所主任研究員 寺本 高 氏

【関東地区：東京都港区】

開催日：平成20年2月25日(月)/会場：石垣記念ホール/参加者：116名

「地域食品ブランド化戦略～消費者の視点を生かす～」

(財)流通経済研究所主任研究員 寺本 高 氏

取組み事例「草加せんべい～本場の本物に認定されて～」

草加せんべい振興協議会 沼口孝次 氏

「魅力ある地域食品とは～流通の立場から～」

イオン(株)食品商品本部コーディネーターグループ

フードアルチザン推進事務局リーダー 仲元 剛 氏

【北陸地区：石川県金沢市】

開催日：平成19年9月5日(金)/会場：金沢エクセルホテル東急/参加者：62名

「地域ブランドの確立と地域団体商標取得の意義と必要性について」

(株)ブランド総合研究所取締役 上野宏之 氏

成功事例発表「草加せんべいのブランドづくりに学ぶ」

草加せんべい振興協議会 会長 沼口孝次 氏

意見交換会「北陸における地域ブランドについて」  
(株)ブランド総合研究所 取締役 上野宏之 氏  
草加せんべい振興協議会 会長 沼口孝次 氏  
(財)石川県産業創出支援機構プロジェクト推進部コーディネーター 川島平一 氏  
佃食品(株)代表取締役社長 佃 一成 氏

【近畿地区:京都府京都市】

開催日:平成19年10月8日(木)/会場:京都タワーホテル/参加者:66名  
「地域食品ブランドの確立と地域団体商標取得の意義と必要性について」  
(株)ブランド総合研究所取締役 上野宏之 氏  
成功事例発表「草加せんべいのブランドづくりに学ぶ」  
草加せんべい振興協議会 会長 沼口孝次 氏

【中国四国地区:広島県広島市】

開催日:平成19年11月20日(火)/会場:ホテルニューヒロデン/参加者:39名  
「地域食品ブランド化戦略～消費者の視点を生かす～」  
(財)流通経済研究所 主任研究員 寺本 高 氏  
「事例紹介:草加せんべい ブランド維持への取組み」  
草加せんべい振興協議会事務局 菅沼茂夫 氏

【九州地区:熊本県熊本市】

開催日:平成19年8月23日(木)/会場:熊本交通センターホテル/参加者:80名  
「地域の確立とブランドの維持・管理の取組みについて」  
(社)日本アグリビジネスセンター常務理事 門間 裕 氏  
「事例紹介:合馬たけのこ」  
北九東部農業協同組合経済部西経済センター 諸永政崇 氏  
「事例紹介:鹿児島黒酢」  
阪元醸造株式会社社長 坂元昭夫 氏

【沖縄地区:那覇市】

開催日:平成20年3月12日(水)/会場:沖縄県産業振興センター/参加者:31名  
「地域食品ブランド化戦略～消費者の視点を生かす～」  
(財)流通経済研究所 主任研究員 寺本 高 氏  
「地域の確立とブランドの維持・管理の取組みについて」  
(社)日本アグリビジネスセンター常務理事 門間 裕 氏

(3)セミナーアンケート調査の概要

調査の方法

(2)の「地域ブランド維持・管理セミナー」参加者を対象とし、全8会場のうち北海道及び沖縄会場を除く6会場でアンケートを実施した。セミナー開始時に、資料とともにアンケート調査票を配布し、セミナー終了後に会場で回収した。

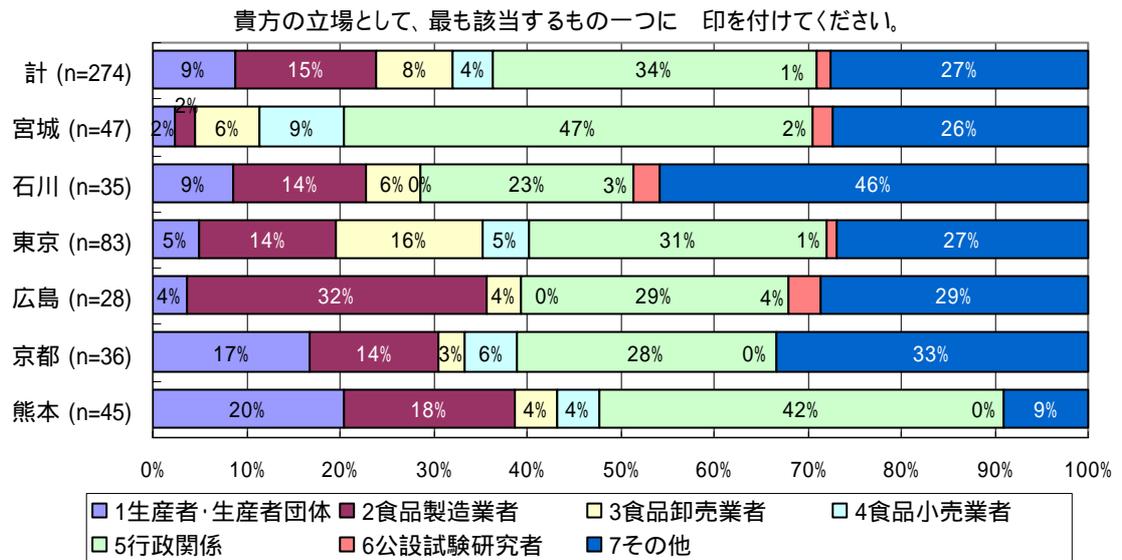
調査票の回収

回収数: 274件

セミナーアンケート調査集計結果

ア. 参加者が所属する組織の概要

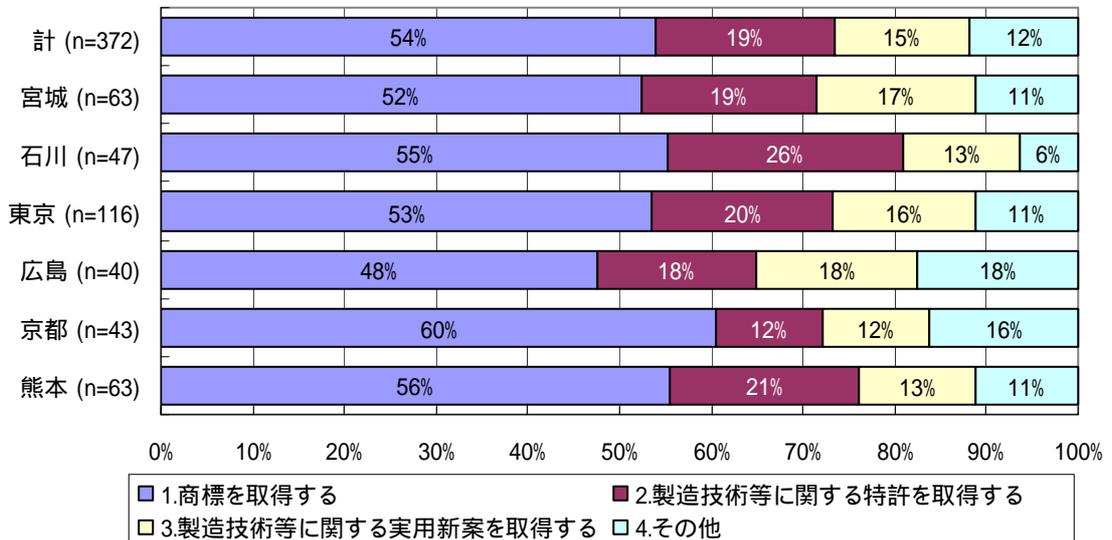
参加者の所属比率を全体で見ると、食品製造業が15%、生産者が9%、食品卸売業が8%、その他が27%となっている。なお、その他には消費者のほか、弁理士、中小企業診断士などの専門家が含まれる。また、行政が34%となっており、市町村等行政主導による地域ブランド振興策が期待される。地域別に見ると、広島県で食品製造業が多く、石川県では、「その他」に分類される専門家等が多かった。



イ. 地域ブランドを守るには

全体に「商標を取得する」とした回答が半数以上を占め、製造技術に関する特許や実用新案を取得するといった回答を大きく上回っていた。商標が知的財産として広く認知されていることを示すと思われる。この傾向は、地域別で大きな差は認められず、全国的にほぼ同様であった。

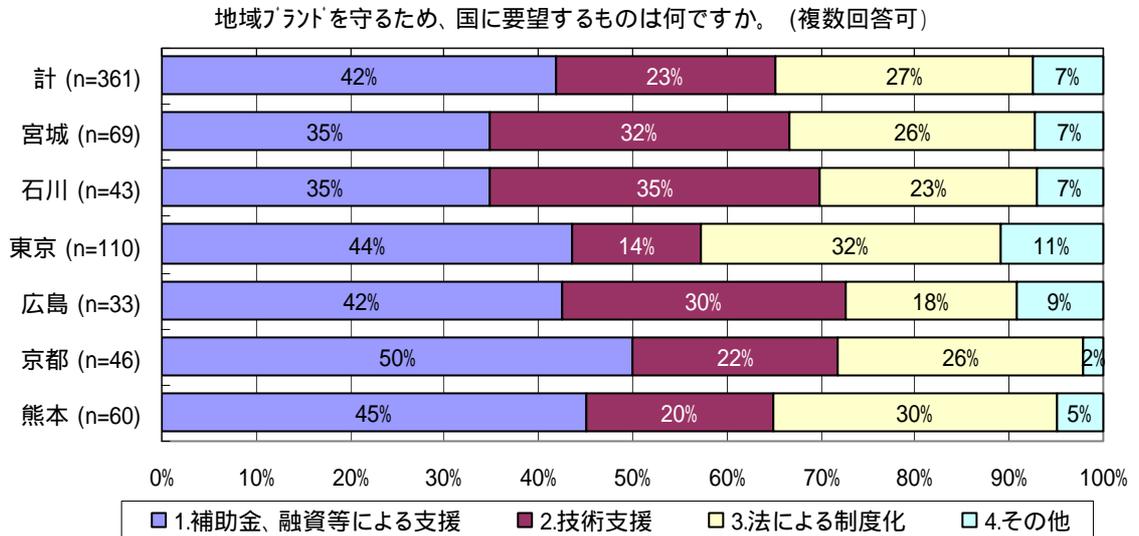
地域ブランドを守るための対策としては、何が有効であると考えますか。（複数回答可）



ウ. 地域ブランドを守るため、国に要望するものは

全体としては、補助金や融資等による支援が42%であり、続いて技術支援、法制度による支援が同程度の割合となっている。

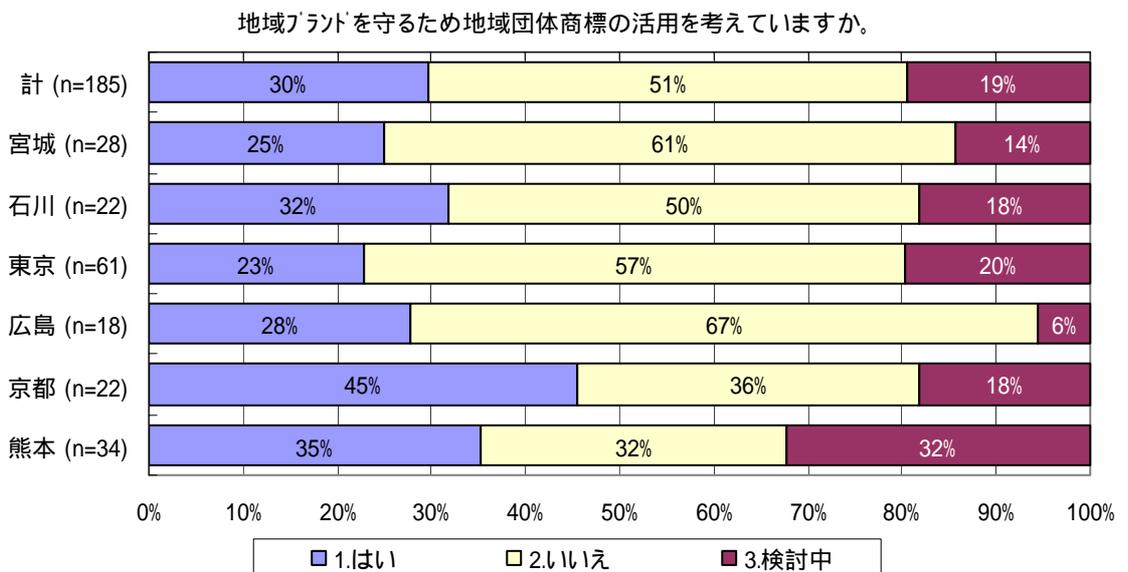
地域別には、石川県と宮城県で技術支援への要望が高く、京都府と熊本県で、補助金や融資への要望が高かった。法制度による支援については熊本県および東京都が高かった。



エ. 地域団体商標制度の活用を考えているか

全国的には、本制度を「活用したい」と「検討中」を合わせると約半数を占めていた。

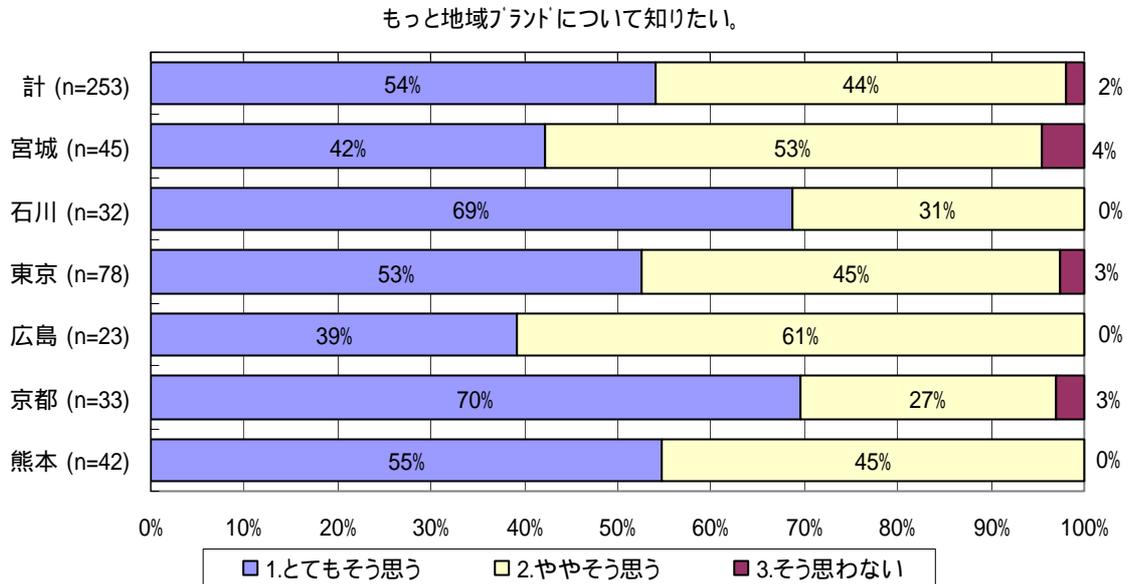
地域別では、熊本県と京都府で関心が高く、広島県、宮城県などでは比較的関心が低いという結果となった。



オ. 地域ブランドについてもっと知りたい

「地域ブランド」についての関心は全体的に大変高く、熊本県、広島県、石川県では全員が「とても」、「やや」合わせて「もっと知りたい」と思っている。

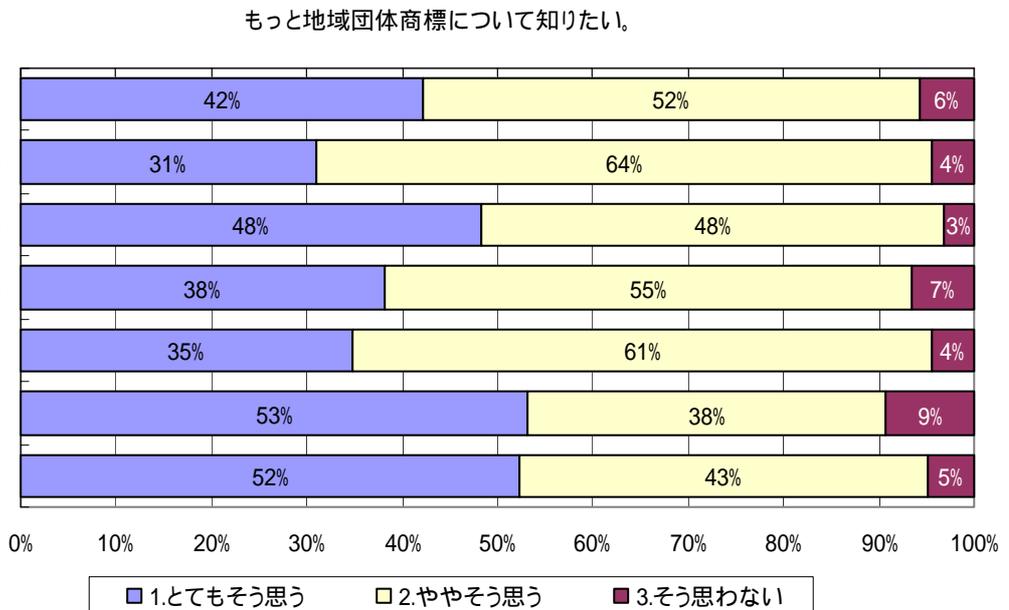
なお、一番関心が低かった宮城県でも「そう思わない」が4%であり、参加者の関心の高さが伺える結果となった。



カ. 地域団体商標制度について

オ.と同様に地域団体商標制度についても関心が高く、「とても」、「やや」合わせて94%が「もっと知りたい」と思っている。

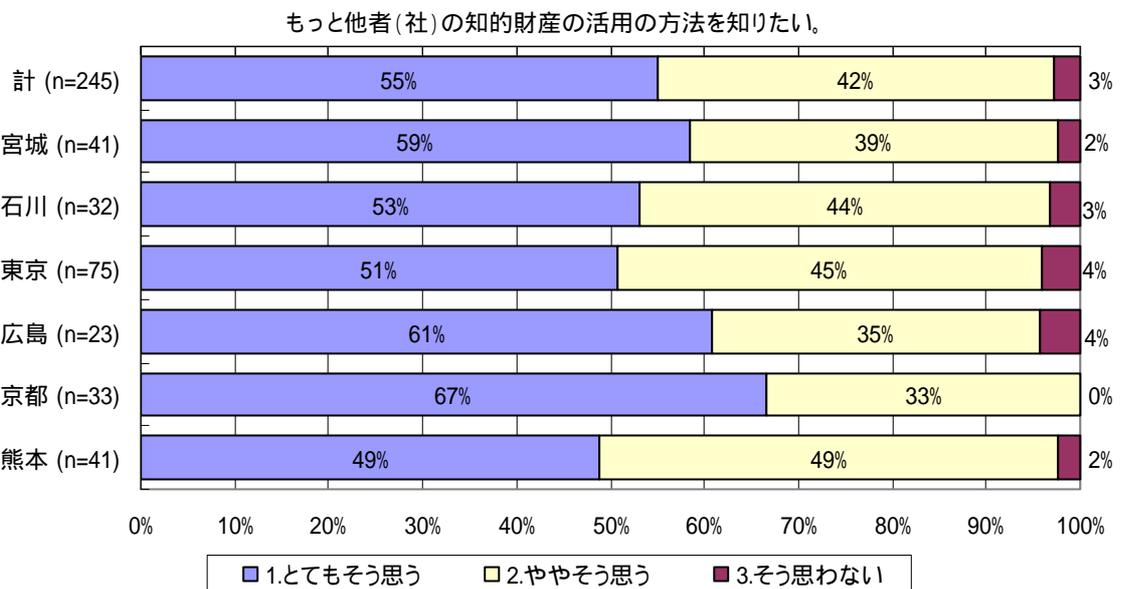
地域別には「そう思わない」で京都府が9%、東京都が7%とやや関心が低い様子が伺えた。



### キ. 他者(社)の知財利活用について

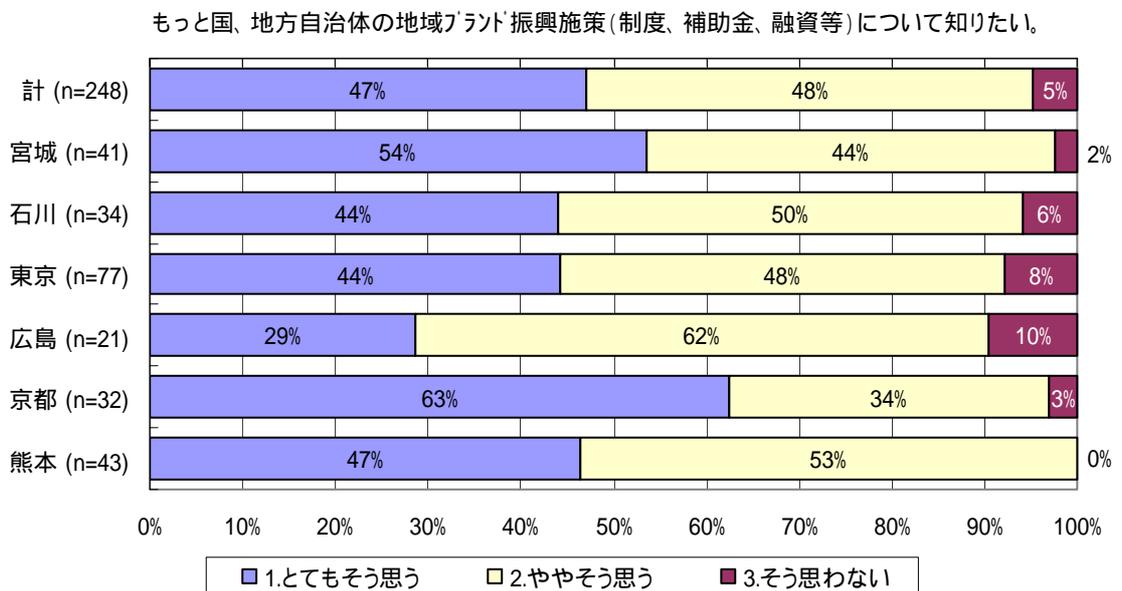
他者(社)の知財活用については、(5)と同様に関心が高く、「とても」、「やや」合わせて97%とほとんどの方が「もっと知りたい」と思う結果となった。

知財活用のため、他者(社)事例を参考として取組みたいことを示す結果と思われる。



### ク. 国や地方自治体の地域ブランド振興策について

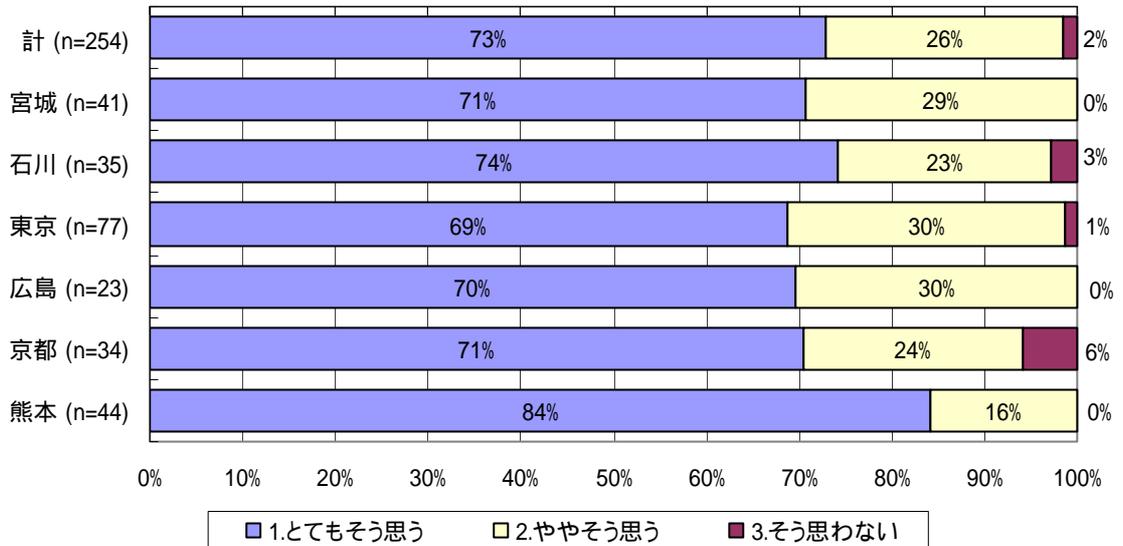
国や地方自治体の地域ブランド振興策については、全体で95%が知りたいと思っていた。



## ケ. 今後の知的財産について

ほぼ全てで、知的財産は今後ますます重要になるとしている結果となった。

今後ますます知的財産は重要になる。



## コ. その他の意見・要望

### 宮城

- ・知的財産を侵害した者への罰則を強化すべきでは(行政)。

### 東京

- ・保護するだけでなく、育成・拡大のため、官民一体となった実のある行政サービスが必要(食品卸)
- ・地域団体商標をとられた所の専用売り場があっても良いのでは(農業関係)
- ・草加せんべいの会長の話は参考になりました(食品卸)
- ・寺本先生のお話は非常に参考になった。特に価格と消費者の満足度が反比例ではなく、比例関係にあるという部分は、自分自身の実感ともマッチしており勉強になった。イオンの、単に地域ブランドを立ち上げるだけではダメ、というお話も参考になった(食品製造)
- ・ブランド戦略とマーケティング戦略は相違するのに、マーケティングの話では誤解される可能性が高いと推測される(中小企業診断士)
- ・地域食品の話しを他にも数件聞いたかった(食品製造)。
- ・消費者視点も大切だが、同様に生産者の現状に則した見方も大切ではないか(食品卸)。
- ・異なる立場からのお話、大変参考になりました。今後もこのようなセミナーの開催を望みます(その他)。

### 石川

- ・講演は大変有意義でしたが、意見交換は、準備不足と思われました。パネラーの意見をうまく引き出すことが重要でしょう(その他)
- ・このようなセミナーにまた参加したいです(行政)。

## 京都

- ・地域ブランド等先進事例調査報告書は実に貴重な資料です。今後継続的に調査を実施してください(中小企業診断士)
- ・知的財産権を管理、運営するための問題点の解決方法についての指導の講習を望む(行政)。

## 広島

- ・草加せんべいの事例が非常に興味深かった(消費者)。
- ・大変有意義で楽しいセミナーでした(その他)。

## 熊本

- ・水産も含んだセミナーを開催してほしい(食品製造)。
- ・具体的な事例は大変参考になります(行政)。
- ・地域食品の大切さがわかりました(食品小売)。
- ・もっとブランド化のノウハウについての説明を聞きたい(行政)。