



いとうたくや
伊藤拓哉さん

KEY PERSON



地域ブランドの作り方と自治体職員の役割

各方面で活躍する「まちづくりのKEY PERSON」に地域活性化の視点をお聞きしています。今回は、『食を通じた地域興し』として全国各地の地域特産品のブランド化支援や食品事業者の活性化に取り組んでこられた、株式会社生産者直売のれん会の伊藤拓哉さんにお聞きしました。伊藤さんには、平成29年11月開催予定の当センターの研修No.5「地域資源を活用した地域ブランド作りと販売戦略を学ぶ」の講師をお願いしています。

「地域ブランド」がなぜ必要なのか

今日の食品業界全体は人口減少、少子高齢化、価格競争の三重苦の状態です。人口減少と少子高齢化の影響により、胃袋、の絶対数とその容量が減少しているうえ、値下げ競争も激しくなっています。

このような厳しい状況の中でも、食品事業者の利益を確保する方法のひとつが「ブランド化」だと考えています。ブランドとは、シンプルに言えば「指名買われる」ことです。指名買われる商品になるための要件として、独自のマーケットでNo.1をとれる商品であることが重要になります。では、そのような商品はどのように作るのか。それは、「〇〇販路における〇〇商品のNO.1を目指す」ことです。

商品カテゴリーにおけるNO.1ブランドは日本で1社しかできない。しかし「〇〇販路における」という前置きを加えれば、〇〇商品カテゴリーのNO.1ブランドの椅子は無数にあり、NO.1ブランドになれば食品事業者の利益は一変します。私たちはそんな「小さなNO.1ブランド」を全国に作っていきたくと思っています。

「独自マーケット」でNO.1を目指す

私たちがお手伝いをした地域ブランド品のなかで、鹿児島県指宿市の「指宿マンゴー」と広島県三原市の「冷やして食べる クリーむパン」の事例があります。

指宿市は温泉地として年間約400万人の観光客が訪れる一方で、お土産品の売り上げが伸び悩んでいます。と申しますのも、指宿市内の

お土産は新幹線停車駅や空港などでも購入できるお土産品しかなく、観光客は指宿市内でお土産を購入する理由がなかったからです。

そこで、「指宿市内でしか買えないオリジナルのお土産ブランド商品」を開発することとなりました。商品開発の素材としたのは、指宿市産のマンゴーです。商品カテゴリーは「指宿マンゴー加工品」、ターゲットは「観光客」、商品用途は「お土産品」、販路は「指宿市内限定」としました。小さくても「No.1」となるよう商品を提起したわけです。そこで、市内ホテルや観光地のお土産売り場に「1坪ショップ」を置き、限定販売するといった戦術をとりました。結果、「指宿マンゴー」は指宿市のブランドとして定着していきました。

また、(株)八天堂様の『冷やして食べる クリーむパン』は、この素材の持つ「スイーツ」という面に着目し「パンの手土産」という、新しいジャンルの確立を目指し、独自のマーケットを構築することとしました。

立地を「駅ナカ」に特化して、今では札幌から福岡まで全国20店舗に展開する「八天堂」ブランドになりました。

地域ブランド開発のための自治体職員の役割

地域ブランド品開発のためには、生産者・事業者、自治体の連携が必要不可欠です。中でも自治体には、「外と中の経営資源を繋ぐ」という

大きな役割があります。

自治体職員の多くはゼネラリストなので、「コンサルタント」などの外部専門家を上手に活用することです。

外部のコンサルタントの多くは、地域内の魅力的な人と一緒に仕事をしたいと考えているものの、地域内の情報を持っていません。地域の魅力を外部に発信するとともに、外部の情報を地域の人に届ける、外部と内部の「情報の架け橋」としての役割が、自治体職員には求められます。地域内の生産者・事業者をよく知っている自治体職員だからこそ、外部コンサルタントの上手な活用ができるのです。

今回の研修では、販売戦略についてもお話しする予定です。「指宿マンゴー」や「冷やして食べる クリーむパン」の事例では、「1坪ショップ」や「駅ナカ」がキーワードになっています。

そうした、「販路」の情報は、外部情報です。外部情報と内部情報を繋いでいくことがとても重要なのです。

マスメディアの活用という点でも、民間よりも自治体から発信される情報のほうがメディアに対するアピールは格段に大きいのです。

自治体職員が、そうした役割に徹することで、外部の視点を取り入れつつ、地域の良さを生かしたブランド品開発が可能になると考えています。(談)

略歴

2002年に大手コンサルティング会社に入社。中堅・中小企業の印刷・広告業界のコンサルティング活動を経て、2007年5月に株式会社生産者直売のれん会に創業メンバーとして参画。「価格競争」ではなく「価値競争」を!!をスローガンに、食品メーカー様に商品開発、販路拡大、新規事業のご支援を行う。2009年コンサルティング部門事業部長、2014年執行役員に就任。