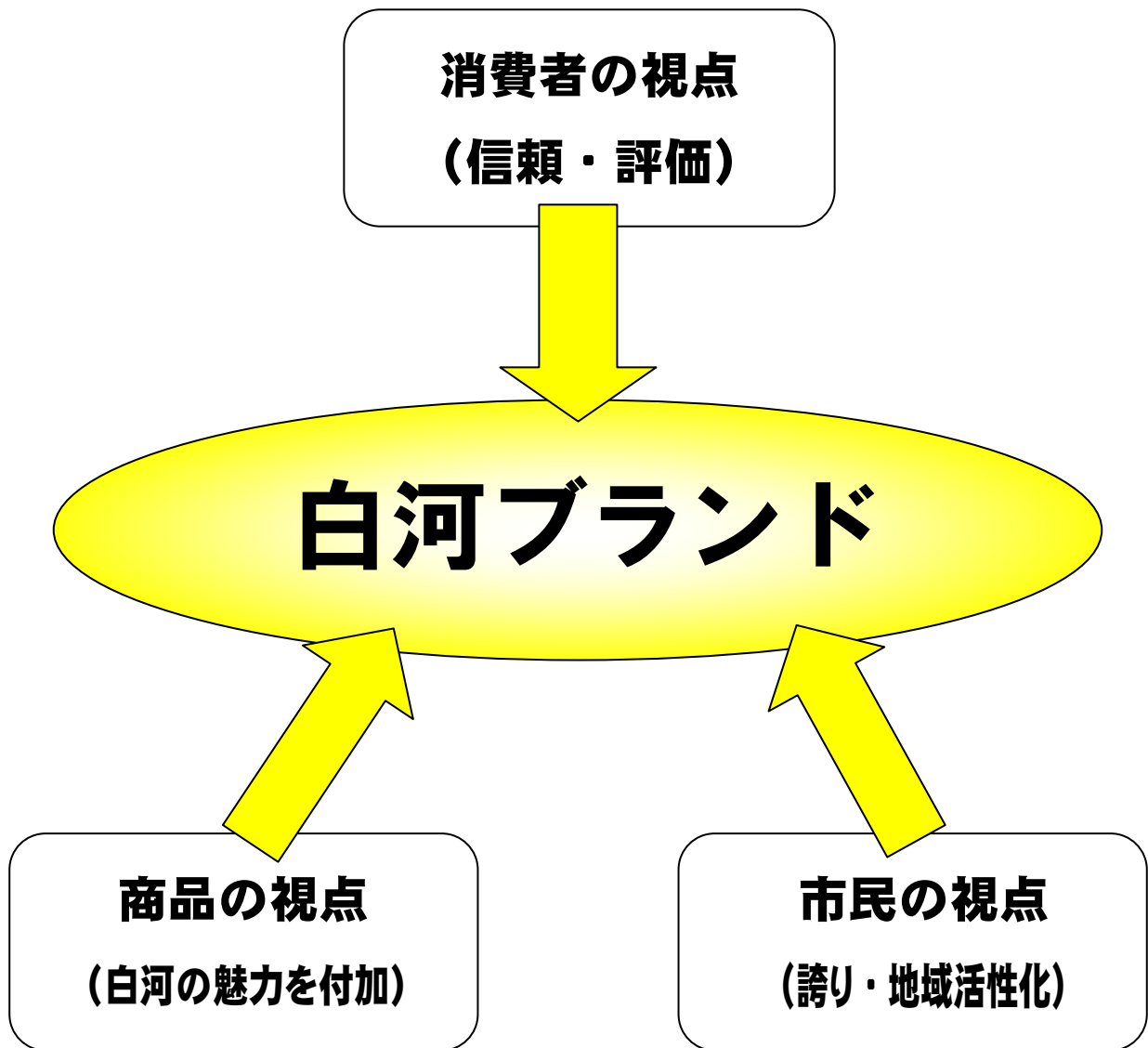


白河市農産物ブランド化基本方針

～白河ブランドの確立をめざして～



平成22年4月

白河市農産物ブランド化促進研究会

1 はじめに

(1) 策定の背景〔地域が選ばれる時代〕

戦後の物不足の時代を経て、高度成長によって世界第2位の経済大国となった今、成熟社会という名前はいいものの、国内のみならず世界から物が流入してきて、世界に冠たる“物のあふれた社会”となっている。

しかし、消費者は、こうした多種多様な商品の中から、いいものは高額でも購入するが、それ以外は値崩れして安値で売られるという大変厳しい社会である。

こうした厳しい市場競争に勝ち残るためには、消費決定の決め手となる品質、価格、安全、信頼などを高めるための努力に加えて、多様化する消費者ニーズを十分に把握し、的確に対応していくことがこれまで以上に重要になってきている。

また、消費者ニーズの多様化や、こだわり・安全・安心・本物志向の広がりは、地域が躍進するチャンスとなっている。

つまり、商品を消費者の選択肢に乗せるために、他商品との差別化を図り、高品質化、高付加価値化によって、消費者を満足させる戦略が重要となっている。

また、産業振興の視点からも、生産者が将来に希望の持てることが重要であり、市場に受け入れられ、多くの消費者に愛される農産物づくり、製品づくりは重要である。こうして産業が活性化することで、明るく、かつ、活力のある地域づくりにつながるものとする。

(2) 策定の趣旨

このような状況の中、地方都市で元気のあるまちは、やはり人を惹きつけるだけの十分な魅力を持ち、その製品と地域イメージが一体となって、その魅力を醸し出していることから、地域のイメージから、地域や製品の付加価値を高める「ブランド戦略」が、新たなまちの活性化手法として期待が高まっている。

このブランド戦略が、白河市においても産業振興に有効な手法であると考え、白河の持つ地域イメージと地域資源を重ね合わせて、「白河ブランド」の構築を推進するため、「白河市農産物ブランド化基本方針」を定める。

2 本市の現状と課題

(1) 全国に認知された「白河」の魅力は、まだ少ない

「白河ラーメン」、「白河そば」、「白河だるま」などについては、ある程度知名度を有しているものの、農産物においては、米やトマトなど優れた産品が数多くあるものの、大きな市場を持つ競争の激しい首都圏において、その独自性や優位性を十分に発揮できず、認知度は総じて低い状況に甘んじている。

(2) 農産物等のブランド化の必要性

今後、本市の地場産業の競争力や地域社会の活力を高め、経済を持続的に活性化させていくためには、市産品の高い付加価値を実現し、新たな需要開拓を可能とする取り組みなど、市産品のさらなる振興を図っていくことが重要かつ不可欠である。

3 基本理念

白河の地域資源を掘り起こし、自信を持って消費者に薦められるものを「白河ブランド」として確立、広くアピールすることにより、市民一人ひとりが「白河ブランド」に誇りと自信、愛着を持ち、市民・業界・行政等が相互に連帯し一体となり、地域特性を最大限に活用したブランド戦略を展開し、農業をはじめとする産業の振興と地域の活性化を図っていくことを目的に取り組んでいく。

4 基本方針

ブランド化を推進していくために、次の方針を基に進めていく。

(1) ブランドづくりは「地域づくり」

ブランドづくりは、「地域づくり」である。そして、地域を「元気」にする。

産業の振興や地域の活性化等、魅力ある地域づくりにつなげていくことを目標にブランド化を推進する。

(2) 製品の背景にある物語を付けて売っていく

ブランドをつくり出すには、「ストーリー」が大切。そして、取り組む「人」の熱意が重要である。

白河市の自然・歴史・文化等の背景や、製品に対する作り手のこだわり、思い入れを伝え、訴えていく。

(3) 消費者の視点から、売れるものづくりを追求する

売り手側・生産側がどんなに良いものと思っても、買い手側・消費者側がその価値を認め購入しなければブランドとして認知されないものであり、「作った物を売る」から消費者の求める「売れる物（商品）を作る」への転換を追求する。

(4) 生産者の顔が見える安全・安心な製品を提供する

どんな環境で誰が生産しているのか、生産方法の中でどのように安全性を確保しているのかなど、生産地・生産者の顔を見せ販路を拡大する。（生産者情報等の開示）

(5) 商品の視点から、品質へのこだわりを徹する

商品の特徴づけや高付加価値化に取り組むとともに、継続して消費者の信頼を得続けるための品質の向上・維持に徹し、差別化、優位性を高める。

(6) 観光客誘客施策の積極的な推進を図る

「白河」の地域そのもののブランドと商品のブランドを同時に展開させる手段として、白河への観光客誘客策を積極的に推進する。

5 目標

平成21年度から3年間を重点推進期間と位置づけ、農産物、加工食品等のそれぞれの分野において、国内外での高い知名度を得、白河らしい付加価値の高い産品を創出するなど、白河産品のブランド力を高めるものとする。

6 取組みの内容

(1) 取組む項目

目標の実現を図るため、次の戦略項目について具体的な取組みを展開する。

① 推進体制戦略

- ア 全市一体となった取組み体制の構築
- イ 市産品振興の総合企画、調整を担う組織の整備及び推進体制等における民間人材の活用

② 商品化戦略

- ア 農商工連携による加工食品の研究・開発体制の構築
- イ マーケティング手法の確立
- ウ 関連産業支援

③ 販売促進戦略

- ア 市内関係団体等との事業連携
- イ 効果的なPR手法の構築
- ウ 「白河ブランド産品」として先導的にアピールできる商品の選定によるブランド化〔白河ブランド認証制度〕
- エ 統一ロゴマーク・品質基準等設定〔白河ブランド認証制度〕
- オ マーケティングの実施

④ 販売開拓戦略

- ア 県やスーパーなどとの提携による首都圏アンテナショップの展開
- イ マーケティングの実施

(2) アクションプログラムの策定

上記の取組み項目の具体化を図り、白河ブランド構築へ着実かつ効果的な実現を目指す。

- ① 白河市農産物ブランド化促進研究会の中で検討し、アクションプログラムを策定する。
- ② アクションプログラムは、事業の進捗・評価等を踏まえ、見直しや適切な進行管理を行う。