

宮城県支部

地域資源を活用した地域ブランド化事業創成の現状と課題

ー農水産物とその加工品を中心としてー

経済のグローバル化、高齢化社会の進展や人口流出に伴う過疎化現象など都市と地方の経済的、社会的格差の拡大が大きな問題として取り上げられている。こうした環境変化に対して自治体の経営効率化、地方分権へ向けた取り組みなども始まっているが、それぞれの地域が活力を高め、その地域において経営基盤を確立できるようにしていかなければならない。

その一環として、農林水産業の生産地、地域独自の観光地、産業集積地、伝統工芸品生産地など地域特性を生かした商品づくりや街づくりで地域ブランド化を確立することにより、地域の活性化を図ろうとする取り組みが盛んになってきている。

こうした全国的な流れの中で、宮城県の地域ブランド化構築の取り組み状況の現状と課題について調査分析を行い、地域ブランド創成による地域活性化への提言を行った。

第1章は地域ブランド化の現状として、地域活性化の手段として行政も力を入れている地域ブランド化が盛んになってきた背景と地域ブランドの構築過程について紹介し、多種多様に使われている地域ブランドの名前や対象について、本稿で取り上げる地域ブランドの定義と対象商品を明確化した。

第2章では、宮城県内の農水産物とその加工品の「知名度の調査」を、インターネットを使って行い、宮城県内外の意見の集約、分析を試みた。一方、9品目、12企業を訪問し、地域ブランド化の状況や課題について、ヒアリングを行い10事例について調査を行った。

第3章では地域ブランドを構築する過程で重要な要素となる、

- ①地域ブランド化を目指す商品力
- ②対象市場、販売力を高めるためのマーケティング
- ③商品を顧客に認知してもらうためのブランド力
- ④地域として熱意を表す組織体制

の4つのポイントを取り上げ、第2章の事例やアンケート結果の内容を分析し、地域ブランド化へ向けての課題を抽出し、その対応策を提言した。

本報告書は7名のメンバーが約半年間、11回の会合を重ね、宮城県の「農水産物とその加工品」についてのアンケート調査と、12企業へのヒアリングを実施してまとめた調査・研究報告結果であり、合計67ページの報告書である。