

里都まちブランドプロジェクト

1. 今年度のスケジュール

月	部会	ブランドの創出	ブランドの育成
7 月	第 1 回部会 (7/30)		
8 月		・里都まちブランド開発支援補助事業の募集 (8/1～9/14) ・商品開発等に関する相談会 (8/28)	
9 月	第 2 回部会 (9/26)	・里都まちブランド開発支援補助事業の審査会 (9/20)	
10 月		・開発支援補助事業採択者支援 ・ブランド認証事業募集 (10/1～11/22)	・ブランド育成支援研修会① (10/23)
11 月			・里都まち♡なかい体験ツアー (11/10) ・販売実証① (11/17) ・ブランド育成支援研修会② (11/20)
12 月	第 3 回部会	・ブランド認証事業 審査会 (12/14)	・ブランド育成支援研修会③ (12/18)
1 月			・ブランド育成支援研修会④ (1/22)
2 月			・ブランド育成支援研修会⑤ (2/26) ・販売実証②
3 月	第 4 回部会		

2. 里都まちブランドプロジェクト部会

第1回 7月30日 開催

- 議題 1. 里都まちブランドプロジェクト事業の概要
- 2. 今年度の取組みについて
- 3. 里都まちブランド開発支援補助事業について

■主な意見

- ・商品を作ることはできても、それをいかに販売するかが一番の課題。販路開拓には町の支援が必要である。
- ・商品を誰に対して販売するのかを考える必要がある。ターゲットによってアプローチが変わってくる。
- ・本プロジェクトの認知度が低いため、情報発信がもっと必要。
- ・事業を進めていく上で縁のある地域との連携を検討してはどうか。
- ・ブランド認証を取った場合のメリットが明確に伝わると、開発支援補助への応募が増えるのではないか。

第2回 9月26日 開催

- 議題 1. 開発支援補助事業について（報告）
- 2. ブランド認証について
- 3. 里都まちブランド研修会について
- 4. 販売実証支援について
- 5. 里都まちブランド体験ツアーの企画について

■主な意見

- ・商品のパッケージに中井町の説明があるとよいのではないか。
- ・何かしたいが一步踏み出せずにもやもやしている主婦が、研修会に参加しやすい仕組みがあるとよい。主婦と農家・専門家が意見交換をできる機会があるとよい。
- ・研修会の案内チラシを町内に広く配ることで、ブランド開発の取組み自体をPRするよい機会になるのではないか。
- ・ブランド特産品が離乳食としても食べられると主婦層が飛びつくのではないか。
- ・なかい里都まちカフェのランチメニューや給食など、日常的にブランド特産品を食べられる環境を増やしてはどうか。
- ・肉フェスなどの〇〇フェスの開催に合わせて、ブランド特産品を出品したらPRになるのではないか。

3. 里都まちブランド開発支援補助事業

8月よりブランド開発支援補助事業を募集。その後、9月20日に専門家を交えた審査会を開催し、中井町の農産物を使った次の2商品の開発に支援をする。

なお、昨年度は5商品で約150万円の補助を行っている。

① クラフトビール（補助金額 480,000円）

中井町の農産物を使ったオリジナルの地ビールを作る。他ではあまりない生姜風味のビール作りを目指す。地元の商店や飲食店、イベントでの販売により味の改良を重ね、評価を獲得する。ゆくゆくは他の野菜やベリー系の食材を使い、複数種類の地ビールを作り、ギフト用としても使える商品を開発する。農家からの仕入れによる農家所得の向上・発展、中井町を知ってもらおうきっかけとしたい。

【審査員の意見】

- ・生姜と聞くとハーブ的なイメージもあり爽やかさを感じられ、少し透明感があるとヘルシー感もあるので、女性に人気が出るかもしれない。
- ・ビールにどんな料理を合わせるとおいしいか考えるとよい。飲み方のヒントがあった方が消費者は買いやすい。
- ・具体的な販促の手法と売り方をもっと考えた方がよい。
- ・まずはお試し価格で販売してみることもよい。

② キャロットパン（補助金額 460,000円）

昔から有名で色が濃く甘い「長にんじん」を使って、にんじんの形をしたパンを開発する。にんじんの形をベースに様々な形のものを作り小型化し、袋詰めでも販売する。インパクトの強いキャロットパンで、中井町の魅力アップを図る。

【審査員の意見】

- ・昔からにんじんがあるというストーリーはよい。メロンパンに対抗するような商品になればおもしろい。
- ・パンのレベルにもよるが、インスタでないと他との競争が難しい。
- ・にんじんだけではなく、ラインナップとして他の野菜なども使ってはどうか。
- ・パンはロスも出やすいので、添加物や香料の使用など、商品設計を固めていく必要がある。

4. ブランド育成支援研修会

開発支援補助事業者の自走化を目的に、事業の目的・目標の設定を明確にし、各事業者に見合った支援を実施する。昨年度は4回ワークショップを開催したが、参加者の様子などから改善を図り、今年度は研修会形式にしたり開催時間を早めるなどの変更をしている。

回数	テーマ	内容	担当者
1回 (10/23)	今年度の目標 設定	商品づくりの目標を定め、今年度の活動計画を立てる	岡田 寛史 (流通研究所)
2回 (11/20)	アピールポイントの 考え方とF C Pシー トの作成手順	商品を見つめ直し、商品のキャッチフレーズや営業の際に必要な情報を整理する	濱田 晴子 (M&D研究所)
3回 (12/18)	セールスツールの作 り方のポイント	セールスツール作成のポイントを押さえ、商品の印象を左右するツールを考える	チョウハシ トオル (焼芋家／デザイナー)
4回 (1/22)	セールスツールの使 い方と試食販売の際 のポイント	試食の勧め方やセールスツールを活用した販促方法について考える	月岡 みわ (野菜ソムリエ、販売員)
5回 (2/26)	事業計画目標の設定 (報告会)	今年度の活動の成果を発表し、今後の目標を立てる	濱田 晴子 (M&D研究所)

5. ブランド認証品の販路拡大

ブランド認証品の販路拡大に向けて、想定される販路に意向調査を行う。

【想定販路】

- ・東名高速道路 中井パーキングエリア
 - ・ブルックスショップ&カフェ
 - ・ビオトピア
 - ・レインボーカントリー倶楽部、平塚富士見カントリークラブ
- ※なかい里都まちC A F Eでは販売中

【調査手法】

- ・先方に直接訪問し、ヒアリングを実施
- ・ブランドプロジェクトの取組みを説明
- ・ブランド認証品の販売意向の確認
- ・ブランド認証品に対しての評価を徴取
- ・販売に係る条件、卸率、量、試験販売の可能性について確認

【調査後】

- ・販路別の商品評価を事業者にフィードバック、商品ブラッシュアップ
- ・試験販売の企画、実施

6. ブランド体験ツアーと販売実証予定

ブランド体験ツアー (11/10)

中井町の暮らしや風景を体感することで、里都まち♥なかいブランドのファンづくりを目指す。また、中井町の資源の評価や付加価値の整理を行う。町民によるガイド付きで町の魅力を伝達する。

昨年度に引き続き実施するが、今年度は里都まち交流拠点を中心にツアーを実施する。町で推奨しているノルディック・ウォークの体験も可能。

【参加費】 2,160 円 (小学生 120 円)

【定 員】 40 名

【内 容】 ・なかい里都まちC A F Eで「ものづくり体験」

・里都まちキッチンでピザの昼食

・みかんや野菜の「収穫体験」

※あざみ野マルシェ、金次郎藤が丘店へのチラシの掲載や「T A B I C A」というサイトを活用して参加者を募集する。

販売実証

販売力の強化や消費者の生の声を聞いて商品の改良に活かすことを目的に、販売実証を2回実施する。昨年度は横浜の「あざみ野マルシェ」と東京の「交通会館マルシェ」に出店。前回あざみ野マルシェのお客さんの反応がよく、次回の出店を希望されるお客さんも多かったことから、今年度1回目はあざみ野マルシェに出店する。

【店舗の予定】

①あざみ野マルシェ (11/17)

横浜市青葉区大場町 704-11



②「大磯市 (大磯町)」 「太陽のマルシェ (東京都月島)」 「横浜北仲マルシェ (横浜市)」
のいずれかを想定



7. 里都まちブランドプロジェクトの目標と成果

＜ブランド特産品の開発＞ 目標：認定品目数 10 品目
7 品のブランド特産品が誕生。加えて、認証間近の商品もある。その他、認証に向けて改良に取り組んでいる商品を合わせれば 10 品目を超えている。
＜ブランド特産品の販売施設確保＞ 目標：販売施設数 3 施設
なかい里都まち C A F E の 1 施設のみで販売。想定される販路に意向調査を行うなどして、販路拡大に向けて取り組んでいく。
＜地域資源を活かした事業（産業）の拡大＞
中井産の食材を使用したブランド認証品を町外利用者の多いなかい里都まち C A F E で販売することで、町外にも中井町の地域資源の豊かさおいしさを印象付けた。たくさんのメディアにも取り上げてもらい、中井町の産業の P R になっている。 ブランド開発を町が支援するメリットを活かして、地元企業等が積極的に商品開発に取り組み、地域資源を活かした商品づくりが活性化した。中井町はお土産として買っていける商品が不足しているという欠点があるが、『なかいの逸品、太鼓判！』と自信を持って打ち出せる町の商品が誕生している。

8. 課題と対策

【ブランド開発支援補助】

- 課題** 商品戦略、販売戦略が欠如しているものもある。事業方針から事業計画まで厳格な精査を行うとともに、補助事業対象者の継続的な取り組みが必要。
⇒審査段階での商品化の目途、販売チャネルの設定を厳格化する。

【ブランド認証】

- 課題** ブランド認証品の情報発信やプレスリリースが不十分。また、認証済みの商品については販路拡大を図る必要がある。
⇒積極的な情報発信を行う。
取組みや商品に対する理解を深めてもらえるように、町民や想定販路等にしっかりと説明する。

【研修会（ワークショップ）】

- 課題** 商品の販路拡大に向けた商品レベルの向上が必要。事業者の積極的な参画及び目的意識を持った自主的な活動が必要になる。
⇒各自が成果目標を設定し、町は課題をクリアするためのサポートを行う。

◆ブランド特産品 7品

No	商品名	事業者
①	湘南アイスクリー	湘南幸福村
②	緑（あお）みかんシロップ	（有）ジョイファーム小田原
③	ぽんぽん麺	（有）金子製麺
④	小生姜の佃煮おかず	マルハン食品（株）
⑤	みかん讃歌 みかんラーメン	（有）川口製粉製麺
⑥	中井の真竹の子	マルハン食品（株）
⑦	中井スイーツ ジンジャーゼラート	（同）なかなか郷

