

## モノづくり・創業部会（第9回）

平成20年1月31日（木） 13時30分～15時30分  
帯広市役所 議会棟3階 全員協議会室

1 開会 （ 全体司会： 運営責任者： 菅尾工業労政課長 ）

2 議事

（1） 認証機関について

（2） ブランドの論点

（3） 次回の開催確認

平成20年2月15日（金） 議会棟 3階 全員協議会室

3 閉会

## 十勝管内 認証機関 概要

認証名称	十勝ブランド認証	十勝産加工食品推奨事業	夢Landとかち		
運営主体	十勝ブランド認証機構 (事務局 とかち財団)	帯広商工会議所 (工業部会)	十勝管内商工会青年部・女性部		
設立年	平成19年 (十勝ブランド認証委員会 平成15年度)	平成19年	平成17年		
設立趣旨	安全・安心・美味しい」を基本コンセプト	十勝の農畜水産物の付加価値向上	十勝管内の良質な資源の再確認と地域内外の人々へ十勝を体験してもらうための事業		
認証分野	加工食品	加工食品	食	観光	イベント
認証基準	<p>(1)安心</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商品カルテを作成していること</li> <li>・十勝産の原材料を主原料として使用していること</li> <li>・十勝管内で製造されていること</li> <li>・正しい表示がなされていること</li> </ul> <p>(2)安全</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・衛生管理・品質管理システムを励行していること</li> </ul> <p>(3)美味しい</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・官能評価において所定の得点以上を取得</li> </ul> <p>その他 品目ごとに基準あり</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品コンセプト</li> <li>・生産</li> <li>・表示</li> <li>・美味しさ</li> <li>・販路</li> <li>・事業者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・十勝産の主原料</li> <li>・美味しい</li> <li>・一般アンケートで80%以上の「美味しい」又は「良い」の評価</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・管内の行政として宣伝・広告されていること。</li> <li>・北海道遺産の定め</li> <li>・各町村の地元青年部メンバーしか知らない一押し場所</li> <li>・体にやさしい場所が観光に活かされている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・十勝管内で考えられたイベント</li> <li>・十勝管内における「拘り」があること</li> <li>・十勝管内において「独自性」を加味したイベント</li> <li>・十勝管内商工会青年部並びに女性部の係わりがある</li> <li>・「食・食材」「観光」が取り入れられている</li> </ul>
件数等	チーズ(8工房37品目) パン(12工房59品目)	なし	21品目	5カ所(追加なし)	5イベント(追加なし)

## ブランド論議について

田中史人アドバイザーより

(1月29日付メールより)

ブランドとは、顧客の認知であり、生産者の意向はあまり意味がありません。「ブランド」は独自（差別化できる）であっても、特殊ではありえないのです。

顧客がどのようにブランドを意識するのが重要であり、それはマジョリティがどのように判断するのかということです。

地元の生産者など（小数の作り手の立場）に認知されても、ビジネスではうまくいきません。

もちろん、地元の消費者に認知されるのであれば、それはとても重要なことでしょう。

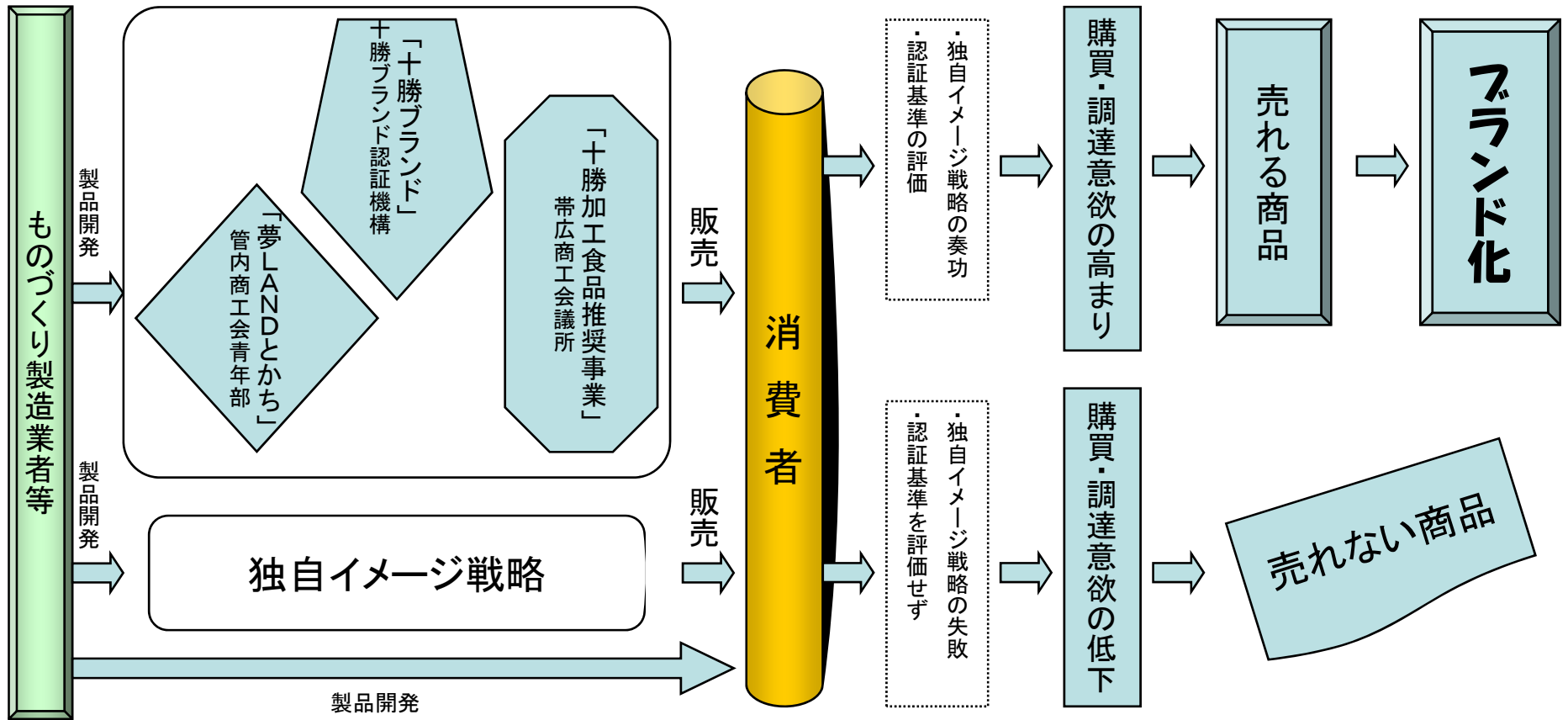
顧客は一般的な「ブランド」の基準で購買の判断をするのであり、顧客の立場で評価することが大切なのです。

ブランドを考える場合は、ひとりよがりではなく、広く認知されるのかを議論する必要があると思います。

# ◆いわゆる「ブランド」論議の論点

中小企業振興協議会モノづくり創業部会

## 十勝にある「認証」機関



### 期待される論点

#### 1. 「認証機関の統一について」

→「それぞれの取り組みはそれぞれで進めていただいてもいい」(中村委員)との趣旨の発言があった。個々の認証機関の統一も必要な視点であるが、個々の取組を包含するシステム、例えばHACCP的な安全管理の手法などを個別企業が立ち上げるのではなく、地域でシステム化することによって原材料の生産、加工技術、販売まで、どこから見ても安全な製品が「made in 十勝」であるというようなイメージ戦略を地域で展開する方法はないか。

#### 2. 「ブランド候補の絞り込みと地域戦略を展開すべき」

→現状の認証機関はそれぞれ製造業者サイドの取り組みで、その評価は消費者に委ねる形だが、観光客から見て十勝において既に人気のある食、例えば「豚丼」「お菓子」をさらに磨いて、ブランドまで高める地域挙げた取り組みが必要ではないか。 <伊豆倉委員>