

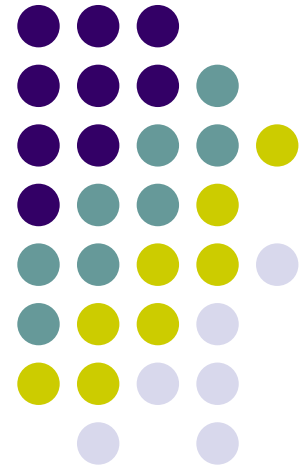
# 地域ブランド型商品 マーケティングの実践

地域価値で「売れる」を創る

有限会社なにわ創信舎

マーケティングプロデューサー

原テルキ



# 中央と地域の問題点

地域は、中央より  
努力しなければ勝てない！  
チャレンジあるのみ！！

## 東京(中央)の問題

- グローバル経済ボケ！
- バブル以降の政策ミス
- 中央集権の疲弊
- 東京人の東京絶対主義
- 日本人の不動産信奉
- マスコミ・・・情報の出方
- 都知事の都市感覚以上

等々

## 地域の問題(ご当地とは限りません)

- 土建構造からの脱皮
- 企業誘致の失速
- 地場産業の衰退
- やる気のなさ！
- しがらみ・因習
- 地域金融機関・金融機能
- チャレンジ精神の欠如

等々

**絶対に肝に銘じて頂きたい事！**



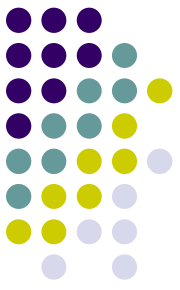
**農業は甘くない！**

**仕事はキツイし、儲からないし・・・**

**商売も甘くない！**

**リスクは高いし、**

**人の目なんか気にしてられない！**



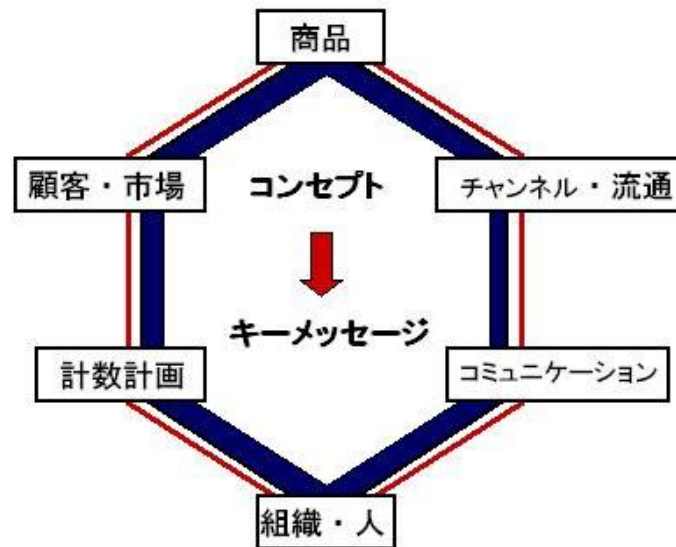
# 現状の問題・・・マーケティングで活性化

- 農産物を農産品で売れば・・・そりゃ儲からん！
- 直売所地獄！ ネット販売宅配地獄！
- 付加価値を高めよう！ 食品にしよう！
- 価値も高めよう！
- 商品を作り、売る・・・と云う考え方
- そしてブランド化と、云う考え方
- その為にはマーケティングの知識と技術を・・・
- 活性化とは経済的に効果がある事！！



# マーケティングって何??

- 『売れる』仕組みと仕掛け！
- 仕組み＝構造的に売れ、儲かるようにする。
- 仕掛け＝『売れる』為のすべての手法・活動
- 6つの視点でのバランス思考が必要です。



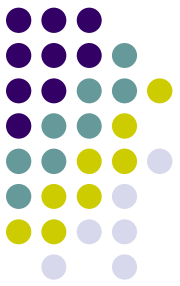


# さあ『売れる』を考えましょう！

## 商品

- 付加価値をつけましょう！
- 早い話・・・何か加工をしましょう！
- モノより効能・・・消費者の生活から考える。  
基礎の基礎・・・ドリルと穴の話
- ストーリーやうんちくを買っている。  
コモディティ商品にならない事
- 但し、こだわりとエゴは紙一重！  
顧客は何で喜び・満足し、また買ってくれるか？

# 誰に買ってほしいか？ 買ってくれるか？！



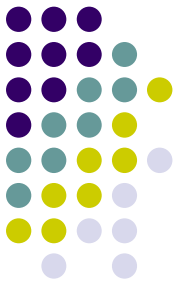
## 顧客・・・デマンド視点

- 顧客・・・売りたい人・買ってくれる人を明確に！
- 人間(自然人)だけではなく、法人も含めて！
- その顧客に『価値』を理解してもらう事を考える。
- えっ『価値』？？？



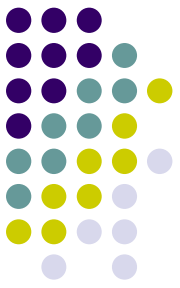
- 大事なものは顧客価値！需要(デマンド)創造

# 顧客にとっての価値を見極める！



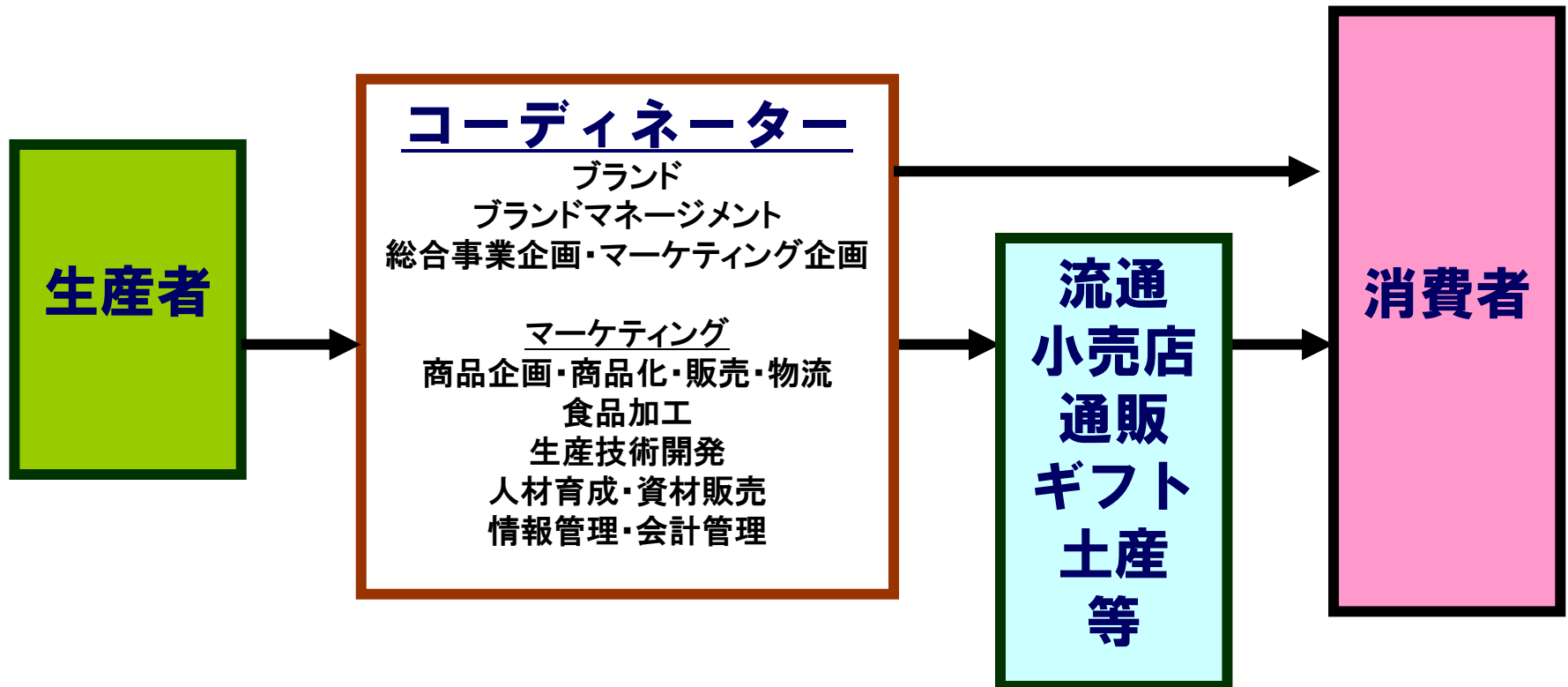
商品	機能・品質・技術 差別性・優位性	顧客の満足 =利益

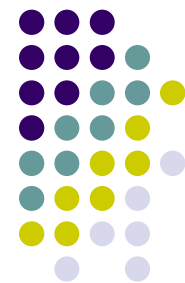




# 重要なのはチャンネル・・・チェーン

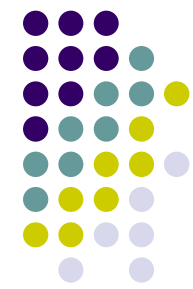
- 顧客までの流れをつくる。・・・これが無い！
- チェーンと云う考え方が必要！





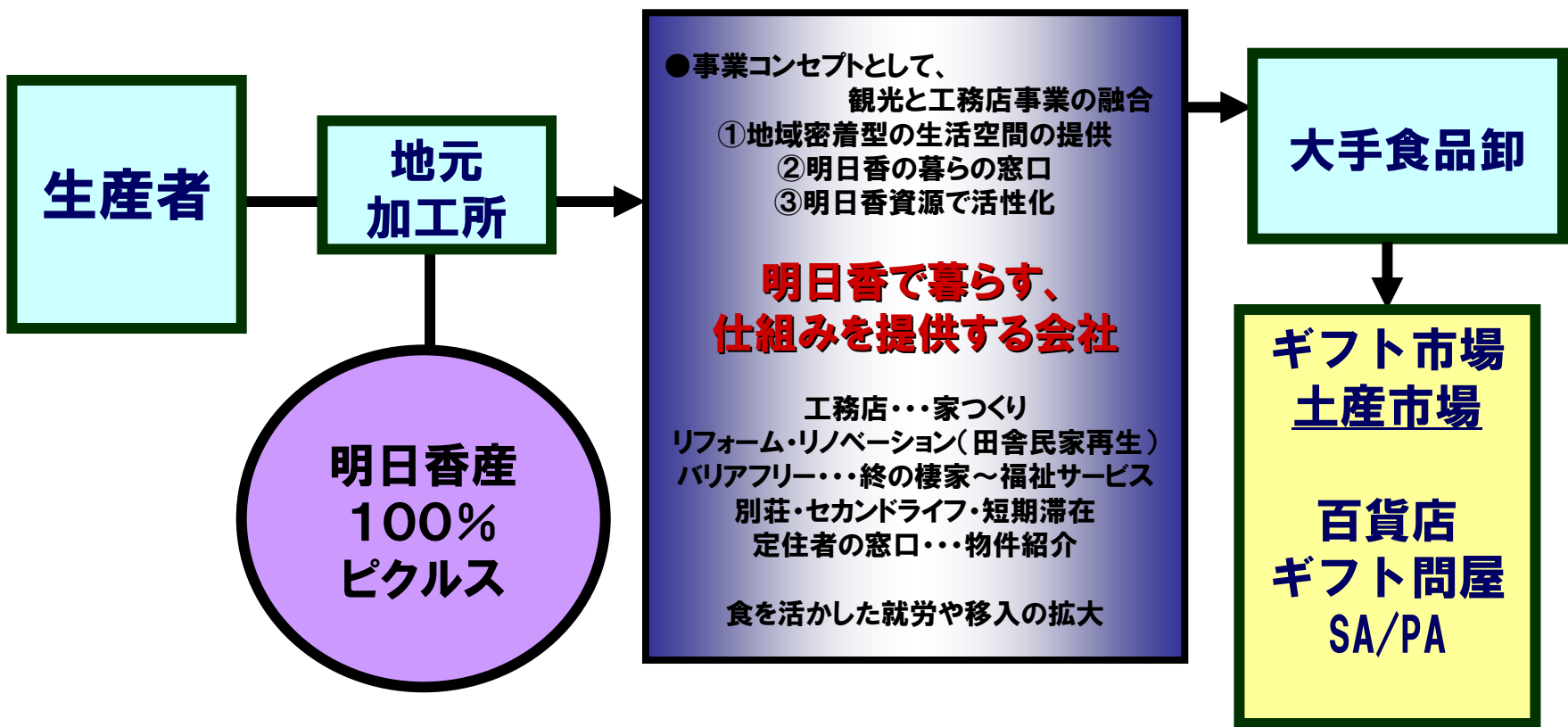
# チェーン化のポイント・機能

- 「地域」のブランド化
  - 商売を理解した様々な機能
  - 商品企画力
  - 加工機能・・・
  - 提案力・営業力
- 
- ……これを農業サイドが出来なければならない！



# 事例・・・当方の仕事・・・ing

## ● 奈良県の明日香村・・・島田工務店(株)



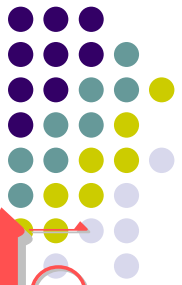
# 明日香村・開発イメージ

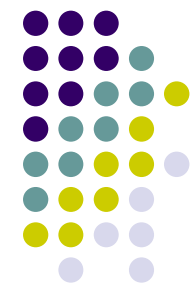


和風  
ピククルス

明日香村

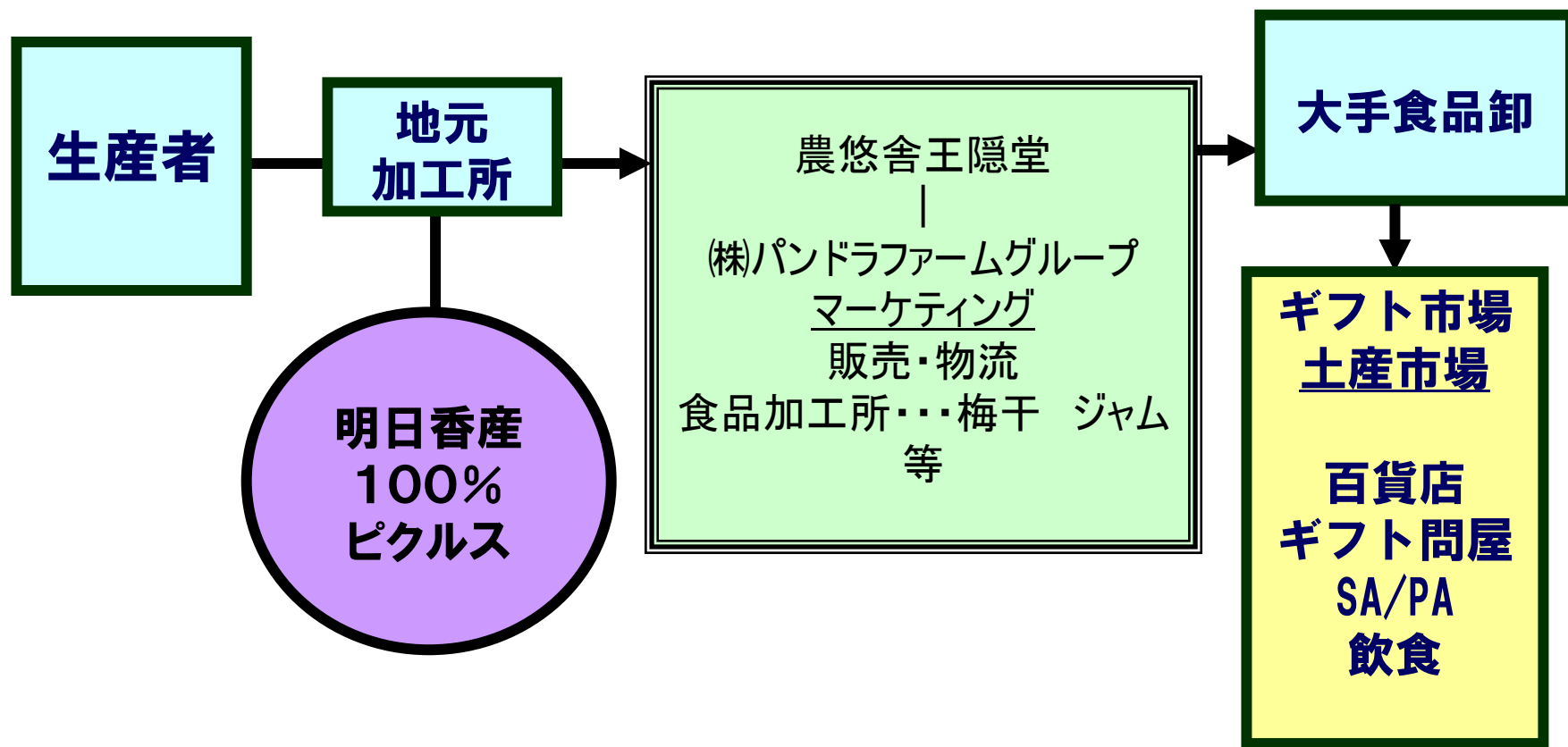
○○%明日香村産野菜使用

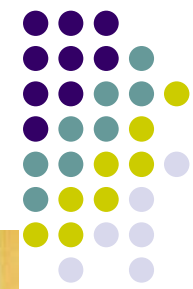




# 事例・・・当方の仕事・・・ing

- 同じく奈良の農悠舎王隠堂
- 紀伊半島全体に生産ネットワーク





# 農悠舎 イメージ



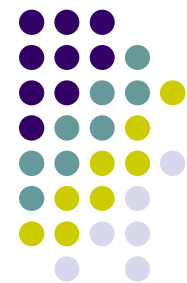
農家レストラン



# 農業産品の可能性・市場から見て



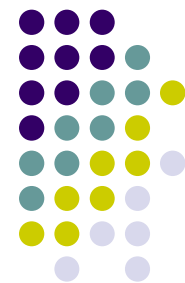
- 「産直ギフト」からお取り寄せ市場の拡大。
- ネット販売の拡大。
- 2つのネット活用・・・流通利用と自社
- 産直企画力・商品力
- ネーミング・デザイン・見(魅)せ方
- バンドリング・・・おススメ組み合わせ。
- 魅せ方が重要＝商品としての完成度



# 自らのチェーンを創る！

- 消費者・生活者までのラインを考える。
- 商品を創る！
- 商売をしましょう！・・・これしか打つ手は無さそう
- 「商」が「農」を行うのでは無く！
- 「農」が「商」を行う！
- デマンド思考・・・顧客価値





# 魅せ方を駆使する！

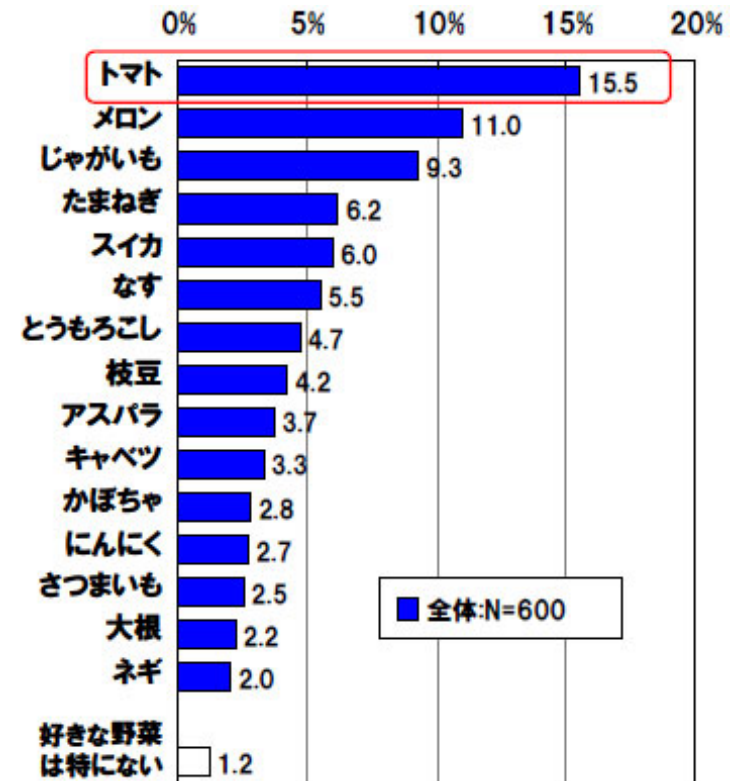
- モノだけでは無く  
ストーリー・イメージ
- 地域を表現する  
世界観を作る
- 早い話、  
都会人に夢を与える。
- モノだけを買っているの  
でない、世界観を買っている





# 地域からの情報発信が命！

- まず消費者・流通への情報の流れ・・・
- 自分で出向く！売りに出る！
- 商品を作る・・・「売れる」モノ
- 特に加工品企画が重要
- “シズル”を効かせて魅せる！
- 地域のストーリーを絡ませる。
- 体制の強化・・・物流力
- それを、とにかく発信し続ける！





# アジア市場への課題！

- 日本産の地位の高さ！
- 但し・・・流通がムチャクチャ！
- これこそ既存流通とのコラボ
- 大手卸がこぞって進出している。
- やっぱり加工品



# 最後に・・・死んでも忘れない！

- 商売・・・マーケティングが重要
- チェーンと云う仕組みを作る。
- 農産品を農産品として売らない！商品である。
- 付加価値と価値
- **モノより効能**