

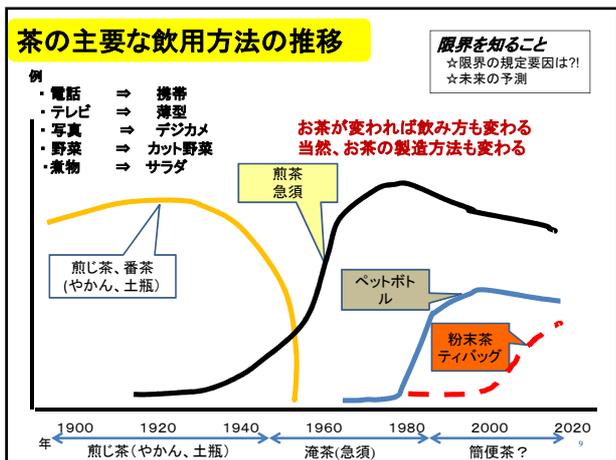
### 変化なくしては発展なし!!

生き残るのは最も強いものでもなく  
最も知力に優れたものでもない  
最も変化に適應できるものである  
(ダーウイン)

生産消費の変化は流通を変える

社会経済の変化は消費を変化させる

消費の変化は生産を変化させる



### 二極化は一層進む?!

**ブランド化** 一般商品に比べ、品質や信頼性が高く、歴史があり、高級感をもち、差別化・付加価値の付いた商品で消費者ニーズに適合したものを。

**低コスト化** 消費者にとり差別性のない商品のため価格競争になりやすく、幅広く、大量に売ることにより利益を上げるためにコストを削減が必須。

これではブランドにならない

品質が優れています(優れていない商品売るな)  
おいしいものです(他のお茶も美味しいです)  
昔から作ってます(何が特徴ですか)  
高級煎茶です(どこが他の高級煎茶と違うのですか)  
一番茶です(大部分のお茶が一番茶ではないですか)

**ブランド化の優位性**

価格競争からの脱却

安定した需要の確保

消費者が、他の類似商品と見分けられ、商品の良さを認識しロイヤルユーザー(継続購入者)として価格競争を乗り越えて購入してもらうため

### 低コスト化のためには

需要の増加している茶種への対応  
⇒ 国内外の競争に勝てる経営への立て直し

生産コストを大幅に低減させる生産技術への転換

- ①省エネ・低コスト大規模茶生産システムの開発
- ②品種を用いたビジネス経営の構築
- ③優良茶園の集積

規模拡大を目的とした摘採期間延長による効率的な茶生産システムを構築する

機械化・IT化を駆使した低コスト茶生産システムを構築する

### 新しい機械の導入

超熱機

サイクロン防除機

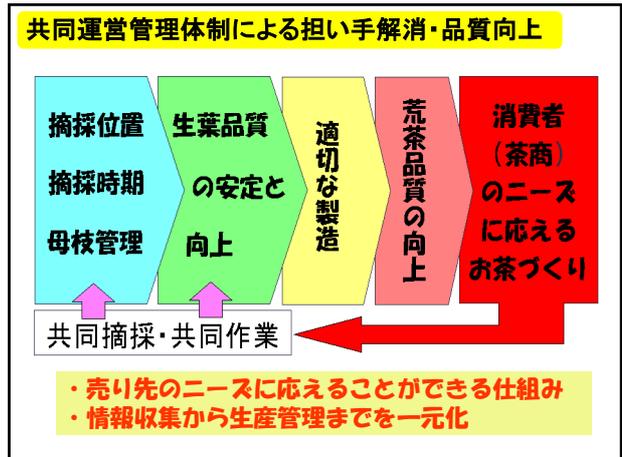
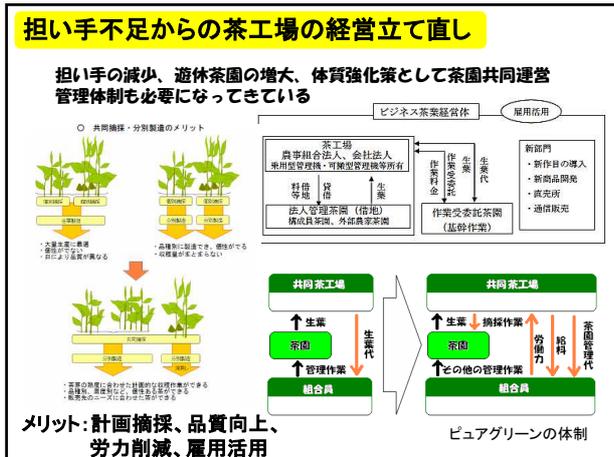
自動被覆装置

炒蒸機

ネット乾燥機

揺青機

CTC



では、低コスト競争に勝てないところはどようするのか？

### 差別化によるブランド化

### 地域全体の売り込み

静岡県の山が育む銘茶  
ふじのくに山のお茶100選

15

### リーディングフラッグの形成

### 高価格茶 戦略

- ・PR素材
- ・販売店の格づくり
- ・他の商品価格の上昇
- ・自己主張

大紅袍: 1400万円/100g

324,000円

21,600円/100g

10,800円/100g

10,800円/100g

### ブランド化にとり重要なこと

- ① 差別化されていること
- ② 限定品、奇少価値
- ③ 誰でもが買えないこと
- ④ こだわり、ほんもの
- ⑤ 情報発信戦略
- ⑥ 名誉
- ⑦ 物語性

**ブランドの決定権は消費者**

ロイヤルユーザーの確保

価格競争からの脱却

### 物語の素材(地域資源)

差別化要因としての地域資源の掘り起し

- ① 自然環境、地形、風土: 富士山、山間地、風景、急傾斜地
- ② 歴史・文化: 徳川400年、聖一国師、清見寺
- ③ 生産加工方法: 品種、栽培方法、加工方法
- ④ 飲み方、楽しみ方: しずく茶、ヌーボー、
- ⑤ パッケージ、容器、袋

日本茶と緑茶を区別せよ!!

- ☆文化性
- ☆高品質
- ☆安全性

情報、PR(周知が重要) 総体としてのブランド

### 六次産業化も重要

プロダクトアウト：自社のこだわり(主観)  
マーケットイン：消費者の意見・市場調査(客観)

× 二次元的に考えるのではなく  
四方で考える

時代性・トレンド  
||  
新しい価値・オンリーワン

活かそう!!  
**地域資源**

基本的には、ヒトが必要とするものは何でもお金になる

お金にできるか  
では販売者しだい

#### 六次産業化・地産地消法

(事業内容)  
自らの生産等に係る農林水産物等をその不可欠な原材料として用いて行う新商品の開発、生産又は需要の開拓  
自らの生産等に係る農林水産物等について行う新たな販売の方式の導入又は販売の方式の改善  
(経営の改善)  
農林水産物等及び新商品の売上高が5年間で5%以上増加すること  
農林漁業及び関連事業の所得が、事業開始時から終了時まで向上し、終了年度は黒字となること



### 6次産業化優良事例66

#### 関東 株式会社バイオファームまつき

#### 組織概要

- 所在地 静岡県富士宮市
- 代表者 代表取締役会長 松木 一浩
- 事業概要 中山間地での野菜の有機栽培、レストラン運営、加工品・惣菜販売
- 売上高 (2008年3月期) 3,600万円 → (2013年3月期) 1億4,000万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 20名




松木 一浩  
農はショーバイ!

松木 一浩 代表取締役会長

自社農産物と社員の方

ビジネスモデル

### 葉っぱビジネス

#### いろいろストーリー



#### 世界が目にする上勝町のビジネス

「葉っぱビジネス」とは「つまもの」、つまり日本料理を美しく彩る季節の葉や花、山菜などを、栽培・出荷・販売する農業ビジネスのことです  
葉っぱビジネスのポイントは、商品が軽量で綺麗であり、女性や高齢者でも取り組めることです。現在の年商は2億6000万円。中には、年収1000万円を稼ごうおばあちゃんもいます

葉っぱの町「上勝町」へ行こう!

JALPAK

あま・もみじはわが国・野山・数百年に及ぶ歴史の葉っぱを大切に

葉っぱ商品  
leaf navi  
今月の商品・出荷情報  
商品使用例

### 「ゆず」でビジネス

#### 馬路村産直ショップ



商品カテゴリー ポン酢  
ゆず果汁  
すしの薬  
ごはんの友  
ドレッシング・調味料  
香辛料  
ゆずドリンク  
スポーツドリンク・しょうがドリンク  
ク・水  
ゆず茶・ジャム・マーマレード・はちみつ  
ゼリー・グロッセ  
ゆず化粧用品  
ポディンブ・シャンプー・リンス  
こだわりセット  
ゆずの香り・オイル・化粧水の素  
ギフト商品  
雑貨

近隣の農業協同組合が合併する中、馬路村農協は単独での生き残りを図り、馬路村の製品であることを全面に出して村自体を売る「おらが村方式」による村内販売所の整備や物産展への出展、通信販売の充実等によってユズ加工品の全国ブランド化に成功。

### 地域のこだわり茶にチャレンジ

#### 基石茶 H.Pより



### 阿波番茶 H.Pより



### 足助の寒茶 H.Pより

足助の寒茶は、H.P.より生産されています。茶畑の風景、茶葉の収穫、そして蒸気が出る茶釜の作業風景が写っています。右下には、茶葉と湯が注がれた茶碗と茶匙が並ぶ静物画が描かれています。

### 一次産業を活かした体験事業を金銭化

すさみ (和歌山県すさみ町) 町に根付く産業文化を活かした体験講座の自主運営

■対応方法: 「町民の趣味や特技を活かせる体験講座の開発」

「海と里の大学」のインストラクターとして、すさみ町在住や勤務の方々から漁業や農業に関して一芸に秀でた「すさみの達人」を募集。応募で集まった地元の釣り達人などがインストラクターとなり、各自が持つノウハウなどを受講生に伝授。人気の高い講座などから随時自主運営に切り替えを実施。

	メニュー品
基礎講座	①スルメイカ漁 ②イガミ釣り ③ケンケンかつお漁 ④アオリイカ釣り
選択講座	①山菜採り ②ウツボ釣り ③こんにゃくづくり ④ハンづくり ⑤魚拓づくり ⑥タナサエビ獲り ⑦スゴガニ獲り ⑧ナイトサファリ ⑨間伐体験他
修士講座	①磯釣り科 ②船掛釣り科 ③トローリング科 ④里山科

### 縁側カフェをより有効に活用

縁側カフェの魅力を伝えるための取り組みが紹介されています。左側には緑豊かな山並みと建物の風景、右側には縁側で会話する人々の写真が掲載されています。下部には、大規模観光客カフェ関係施設地図が示されています。

### ふるさと宅配便も盛ん ふるさと納税への対応も

ふるさと納税の魅力を伝えるための取り組みが紹介されています。左側には「ふるさと宅配便」のサービス内容と料金表が示されています。右側には、納税のイメージ写真と、ふるさと納税の受付風景が写っています。

ふるさと納税のイメージ写真: ① 納税のイメージ写真、② 納税のイメージ写真

ふるさと納税の受付風景: 納税の受付風景

### 軽トラ市が面白い

軽トラ市は地域の魅力を詰め込んだ宝箱。

軽トラ市 ネットワーク <http://www.keitoraichi.net>

軽トラ市で活性化できます! 地域と地域が連携することにより、その魅力はさらに大きなものになります。都会の人は田舎に憧れているのですから、地方はひたすらに都会を追従するのをやめ田舎は田舎らしくあることが魅力であると再認識しましょう。観光資源は身近なところにあります。

### グリーンティーズムは伸びる

グリーンティーズム

5月3日(祝・木) グリーンティーズム

美しい緑の茶畑の風景と、人々が茶畑を散歩している様子が写っています。右側には、グリーンティーズムのイベント告知が掲載されています。

**本山は何でも有り ニッチ市場で勝負**  
 ☆大きくしない  
 ☆同じものを創らない

①人を呼び込む(イベントの活用)  
 ②情報発信(マスメディア<ミニ情報網の活用)  
 ③出向く(Face to Face)

てん茶 後熟茶 峰の十字星 年中新茶 100年番茶 白茶 高香味茶 和紅茶 品種誕生の地  
 山川 神楽 在来作物 紅葉 新緑 温泉 年中行事 ウオーケラリー

有機の郷  
 ホタルの郷  
 カブトムシの郷  
 たぬきの郷



**成功事例のKeyword**

☆ 地域資源のフル活用  
 ☆ マーケティング  
 ☆ 情熱  
 ☆ 少人数  
 ☆ やる気



チャレンジなき所に  
 成功なし

**中山間地に追い風**

地産地消法 H. 22. 4より施行  
 地域団体商標 H. 18. 4より施行  
 地理的表示 H. 27. 6に制定  
 食品の機能性表示 H. 27. 4より施行



**地理的表示と地域団体商標との違い(HPより引用)**

	地理的表示	地域団体商標
設定登録	農水省への登録要	特許庁への登録要
登録主体	生産者団体	事業協同組合等 (今回の法改正で拡大)
対象	農林水産物、飲食品 (酒、医薬・化粧品を除く)	商品又は役務
標章形式	地理的表示 (生産地と特性を特定できる 名称の表示)	「地域名+商品名」等の 商標
権利内容	地理的表示を付すること	商標の使用
権利行使	原則農水大臣命令による (違反に対して刑事罰) (+損害賠償請求)	民事差し止め・損害賠償 請求+刑事罰

**地域団体商標 HPより引用**

地域団体商標とは!

4つのポイント

1. 地域の名前と商品(サービス)の名称等からなる商標について、
2. 地域に属した団体が、
3. その構成員に使用させる設備で
4. 広く知られているとき

地域団体商標として商標登録を受けることができます!

商標権の三大メリット!

- 日本全国で商標の使用を独占できます
- 他人による商標の使用を排除できます
- 半永久的に権利を更新することができます

さらに地域団体商標にはこんなメリットも!

- 構成員のモチベーションアップにつながります
- 特産品を減らす効果が期待できます
- 付加価値イメージアップにつながります

**地域団体商標の概要**

1. 組合自身または構成員が使用する商標。
2. 組合自身または構成員の業務に係る商品または役務を表示するものとして、**需要者の間に広く認識されていること。**
3. 地域の名称と商品または役務の名称等を普通に用いられる方法で表示する**文字のみからなる商標**であること。
  1. 地域の名称+商品または役務の普通名称  
(例)「大関まぐろ」、「草加せんべい」
  2. 地域の名称+商品または役務を表示するものとして慣用されている名称  
(例)「美濃焼」、「有馬温泉」(「焼」は陶磁器を、「温泉」は入浴施設や宿泊施設の提供の役務を表示するものとして慣用されている名称である。)
  3. 上記+商品の産地または役務の提供の場所を表示する際に付される文字として慣用されている文字  
(例)「仙台名産 釜かまぼこ」(商品の産地または役務の提供の場所を表示する際に付される文字として慣用されている文字の例としては、「名産」、「特産」などがある。一方、「元祖」、「本家」、「特選」などは、これに該当しない。)
4. 商標に含まれる**地域の名称は、商品の産地や役務の提供地の名称であるなど、商品または役務と密接な関連性を有すること。**  
 なお、地域の名称のみの商標、商品や役務の名称のみの商標は**直接登録**を受けることができない。

### 静岡県内で登録されている地域団体商標(10月までの情報)

- 駿河湾桜えび(するがわんさくらえび) - 蒲原町桜海老商業協同組合、由比町桜海老商工業協同組合、大井川町桜海老商業協同組合
- 由比桜えび(ゆいざくらえび) - 由比港漁業協同組合、由比町桜海老商工業協同組合
- 焼津産物(やいづかつおぶし) - 焼津産物水産加工工業協同組合
- 三ヶ日みかん(みつかびみかん) - 三ヶ日町農業協同組合
- ★川根茶(かわねちゃ) - 川根茶業協同組合
- ★静岡茶(しずおかちゃ) - 静岡県経済農業協同組合連合会/静岡県茶商工業協同組合
- 丹那牛乳(たんなぎゅうにゅう) - 函南東部農業協同組合
- 駿河漆器(するがしつき) - 20類・21類=計3件 - 静岡漆器工業協同組合
- 沼津ひもの(ぬまつひもの) - 沼津魚仲買商協同組合/静岡ひもの協同組合
- ★掛川茶(かがわちや) - 掛川茶商協同組合/掛川市農業協同組合/遠州夢農協同組合
- 伊豆温泉(いとうおんせん) - 伊豆温泉旅館ホテル協同組合
- 伊豆長岡温泉(いずながおんせん) - 伊豆長岡温泉旅館協同組合
- 熱海温泉(あたみおんせん) - 熱海温泉ホテル旅館協同組合
- 遠州天然とらふく(えんしゅうなだてんわんとらふく) - 遠州灘ふく調理加工協同組合
- 三島馬鈴薯(しみまばれいしょ) - 三島函南農業協同組合
- 掛川牛(かがわぎゅう) - 掛川市農業協同組合
- ★東山茶(ひがしやまちゃ) - 富士東製茶農業協同組合
- 稲取キャンメ(いなとりきんめ) - 伊豆漁業協同組合

### 地理的表示のイメージ(HPより引用)

地理的表示

○ 農林水産物・食品等の名称であって、その名称から当該産品の産地を特定でき、産品の品質等の確立した特性が当該産地と結び付いていることを特定できるもの。

(例) ○ ○ □ □  
地名 + 産品名

地理的表示のイメージ —○○干柿(※架空の食品)を例に—

生産地	産品の特性	地理的表示
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 人的な特性 伝統的な製法 地域伝統の文化・行事 等</li> <li>○ 自然的な特性 気候・風土・土壤 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 品質 特別に糖度が高い もっちりとした食感</li> <li>○ 社会的評価・評判 市場で高値で取引 農林水産大臣賞受賞</li> <li>○ その他 きれいな胎色 小ぶりで食べやすい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○○干柿</li> <li>○○地域と産品の特性が結び付いた商品の名称の表示。</li> </ul>

### 地理的表示法の活用 茶には素材が多い

制度の大体

- 「地理的表示」を産地や品質等の基準とともに登録。
- 基準を満たすものに「地理的表示」の使用を認め、Qマークを行う。
- 不正な地理的表示の使用は行政が取り締り。
- 生産者は登録された団体への加入等により、「地理的表示」を使用可。

効果

- 産品の品質について国が「お墨付き」を与える。
- 品質を守るもののみが市場に流通。
- Qマークにより、他の産品との差別化が図られる。
- 新設等の負担なく、自分たちのブランドを守ることが可能。
- 地域共有の財産として、地域の生産者全体が使用可能。

特産 特々町の幻の桜茶と守りお届けします

掛川紅茶 ほんのり甘みのお茶

### 地理的表示の活用は

地理的表示(ちてきひょうじ、テロワール)

ある商品の品質や評価が、その地理的原産地に由来する場合には、その商品の原産地を特定する表示である。条約や法令により、**知的財産権**のひとつとして保護される。

どこで作ったかによる差別化。消費者に本山、清水を納得させることが可能か?

フランスの**ボルドーワイン**(ボルドー産)、イタリアの**ゴルゴンゾーラチーズ**(ゴルゴンゾーラ産)、スイスの**エメンタールチーズ**(エメンタール産)などが狭義の地理的表示にあたる。

### チャレンジ!!!

このままでは自然消滅 ⇒ **変化が必要**

- 現状を把握する**  
ひと、生産方式、工場運営、茶業界、商品、消費者、流通、など
- コンセプトを明らかにする**  
どのようにしたいのか(止めるのか) いくら儲けたいのか **最重要**
- 事業を実現するためのデザイン化**  
コンセプトを実行するために行うべきこと そのための取り組み

### チャレンジあるのみ!!!

- 4. スケジュールの作製**  
何を一番に取り組むのか、いつまでに行うのか 何を捨てるのか
- 5. アイデアを出す**  
スケジュールを実行するためのアイデアを出す まずは行動ありき がむしゃらに突き進む
- 6. 組織を創る**  
行動を効率化するための組織を創る 数値で行動が判断可能な組織とする