

平成29年度
はだのブランド事業基本計画書

平成29年4月

1 平成29年度事業の位置づけ

はだのブランド（みつけもん）の認証は、5年、5回目となり、平成28年度は新たに5品目が認証され、はだのブランドの認証品は全28品目になった。食品以外の商品も全体の3割を超え、はだのブランドの「総合ブランド化」はさらに進んできている。つまり平成29年度のはだのブランド事業は、

「はだのブランド＝本格的な総合ブランド化元年」

と位置づけることができる。

2 平成29年度はだのブランド事業のコンセプト

平成28年度、はだのブランド推進協議会は、「はだのブランド認証審査会」における審査に関して、『はだのブランド認証審査会における認証基準の捉え方に関する指針』を出し、認証対象商品が多様化している状況を踏まえ、難しくなった審査基準に係る解釈に関して、以下の方向付けを行い、はだのブランド品にふさわしい姿をさらに明示化した。

- ① 認証対象に関して、秦野生まれ（秦野市内で生産されたもの、秦野市内で採（捕）れたもの、又はそれらを原料として使用したもの）を重視すること
- ② 審査項目に関して、「信頼性・安全性」に関する評価をこれまで以上に詳細に審議し、厳しく評価すること
- ③ 審査基準に関して、「品質基準」等が満たされていることを裏付けるドキュメント（文書、証書等）の提出をより厳格化すること

認証品の商品ジャンルが多様化することがはだのブランド事業に与える影響としては、以下のものが考えられる。

- ① 認証品の数が多くなることにより同一ジャンルの申請品が多くなり、審査基準への適合水準についての審査がより難しくなる
- ② 商品特性や価格、販売方法が大きく異なる認証品が出てくることで、認証品のPRや販売促進方法の画一的な実施が難しくなる

認証品の商品ジャンル多様化の影響のうち、①については、すでに平成28年度事業で対応に着手した。しかし、②については、非食品の認証品が認証品全体の3割を超える、少額商品から1千万円を超える高額商品までをも認証品として抱えるはだのブランドのPRや販促活動の在り方について未だ模索中といわざるを得ない。

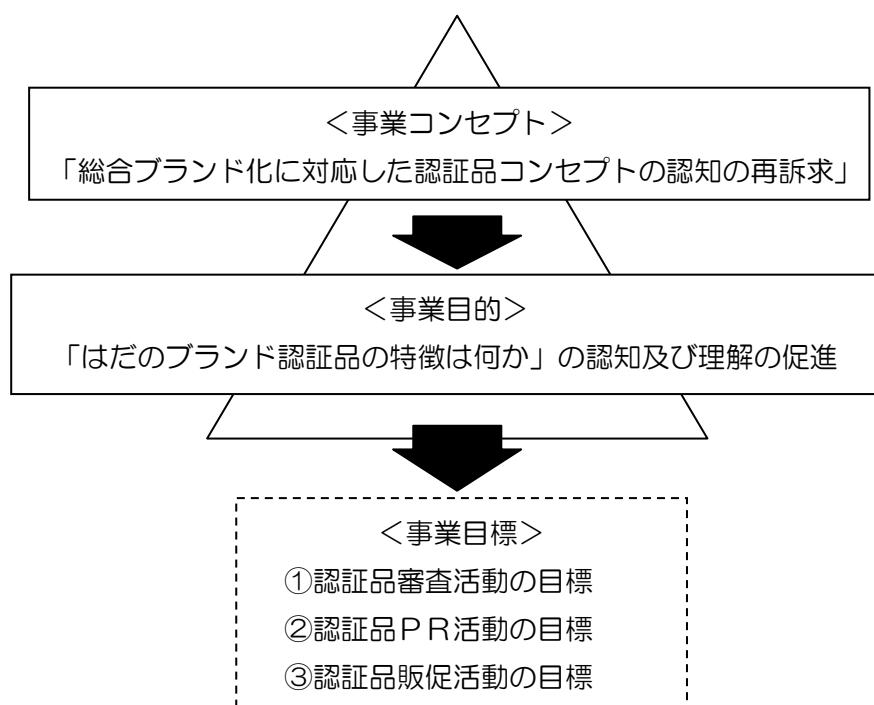
そこで平成29年度のはだのブランド事業のコンセプトは、

「多様化したからこそ認証品コンセプトの認知の再訴求」

にあるといえる。つまり「はだのブランド認証品の特徴は何か」という問い合わせにいかにわかりやすく再び答えていくかが大切である。

3 平成29年度はだのブランド事業の目的

多様化したはだのブランド認証品を抱えるはだのブランド事業の平成29年度の事業目的は、「総合ブランド化したはだのブランド認証品の特徴をいかに多くの市内外の人々にわかりやすく認知及び理解してもらうか」にある。



4 平成29年度はだのブランド事業の目標

平成29年度のはだのブランド事業は、「総合ブランド化に対応した認証品コンセプトの認知の再訴求」をコンセプトに、「はだのブランド認証品の特徴は何かの認知及び理解の促進」を目的に活動を推進することになる。

その活動にとっての具体的な目標を、以下のように設定するものとする。

1 <認証品審査活動の目標>

●総合ブランドにふさわしい認証品を新たに誕生させる

言うまでもなく申請品ベースでの対応になるが、秦野の多様な産業分野の事業者に広く申請公募を行い、ジャンルにとらわれない申請品に関する認証審査活動を推進する。ただし、申請品は広く公募するが、新たな認証品の目標数を設定せずに、はだのブランドにふさわしい認証品の審査活動をより慎重に行うものとする。

2 <認証品PR活動の目標>

●総合ブランドとしてのPR効果向上を達成する

総合ブランドとしてのPR効果向上を達成するために、訴求効果が期待できるテーマ性に注力したPR活動を行うものとする。

(1) 自主イベント（特にバスツアー）の拡充

平成28年度はバスツアーを2回実施した。いずれも募集人数約20名を大幅に上回る応募があり、バスツアーに対して強いニーズがあることが分かった。そこで平成29年度はバスツアーの企画実施をより充実させるものとする。

具体的には、認証事業者の協力が前提になるが、秦野産材や水、落花生、桜などテーマ性をもたせた認証品事業者ツアーなどを企画し、実施する。

(2) はだのブランド・パンフレットの情報発信力の強化

平成28年度に刷新した「はだのブランド・パンフレット（マガジン型のパンフレットへの刷新）」をより充実させ、総合ブランドとしてのはだのブランドの認知及び理解をさらに強化する情報発信力のあるパンフレットを企画編集し発行する。

3 <認証品販促活動の目標>

●商品ジャンルの多様化に対応した販促活動の推進

認証品の商品ジャンル、価格、マーケティング等が多様化し、認証品をイベント・展示会等で画一的に販売促進していくことは難しくなった。そこで、認証品の販促活動においてもテーマ性に注力した活動を展開する。

具体的には、4月に実施する“秦野桜まつり”に参加・出展し、桜を素材にした認証商品を中心にPR及び販売促進を展開する。また、その他のイベント（秦野たばこまつり、市民の日など）においても、テーマ性を考慮し、訴求効果に留意したPR及び販売促進を展開するものとする。

5 平成29年度はだのブランド事業活動で考慮すべきこと

平成29年度のはだのブランド事業活動においては、はだのブランドの総合ブランド化を前提に、以下の2点を考慮しつつ事業活動を遂行する。

① 総合ブランド化に対応した「はだのブランド品のあるべき姿」の再検討

今年度の事業の推進を通して、今後の総合ブランドとしてのはだのブランドの礎（いしづえ）となる「はだのブランド品のあるべき姿」づくりにつなげていくこと。

② はだのブランド認証品の更新審査のあり方検討

更新を迎えるはだのブランド品の審査をより慎重に行うこと。具体的にははだのブランドの認証効果（商品自体の市場における存在価値の向上、販売力の向上、秦野産業の活性化への影響やPRなど）が表れていない認証品について、たとえ特段に商品内容等に問題の発生がみられなくても、更新を認めない、などのいわゆる審査内容の厳格化などの是非も含めて検討していくこと。

以上