

Research for to Make Well-known Products from Noted Foods and Beverages of Chiba Prefecture

Norimasa OKAMURA

千葉県特産食品飲料の認知度向上を図るため、本研究で県産品の新しい改良モデルを開発し、提案するものである。今年度は製品開発にあたってのコンセプトを作成するために、各種調査を行った。はじめに、全国的な地域ブランドに関する動向及び制度の概要、他都道府県の代表的産品を調べ、全国的な地域ブランドの背景を探った。次に、本県の特産品に関する地域資源を選出するにあたり、本県に関し認知度の高い項目及び本県の農産物、水産物、加工品・飲料の特徴を調べることで、本県特産品の全国的な位置付けを明確にした。これらの知見により、本県特産食品飲料の更なる認知度向上を図るための課題をまとめた。

1. はじめに

各地方自治体において、地域ブランド創出の動きが盛んである。地域資源を活用して、内外にアピールし、産業、観光、地域振興など様々な相乗効果による、地域の活性化を図る施策が顕著になっている。「県産品ブランド課」「ブランド推進課」「ブランド戦略課」など組織名までを変更し、力を入れる自治体も増えている。このような動きの中で本県も「千葉ブランド水産物」の認定など、優良な県産水産物の認知度向上に努めている。上記の流れを踏まえ、千葉県特産の食品飲料の認知度向上を図るため、研究に取り組むものである。

2. 地域ブランドと全国の有名産品

2.1 ブランド

一般にブランドというと、男性では車や電気製品、女性ではファッションや貴金属などを中心に高い認知度を持つものと思われる。これらは高い技術力と戦略的な企業イメージの表現が、それぞれの割合で融合しながら、長期に渡り人々の間で浸透、定着してゆくことで高い価値を持つものとして認識される。もちろんそれは、高い企業価値を有し保っている、企業努力のベースの上に成り立つものである。

2.2 地域団体商標制度

ブランドという意識が国民に浸透してゆく反面、国内産品においても、名称偽造等、ニュースで窺い知れるような事例が、多数摘発されている。

平成18年4月1日より「地域団体商標制度」がスタートした。地域ブランドの適切な保護による事業者の信用維持を図ること及び競争力強化と地域経済活性化支援のため、地域名と商品名からなる商標について、商標法の一部改正により、地域団体商標として登録が可能となった。

2.3 地域ブランド名の構成

地域ブランドに関して、地名を含めたブランド名を構成するにあたり、以下の4つに分類できるであろう。

- ①地名自体にブランド効果があり、そのイメージを産品に添付してゆくもの
- ②産品の質、量が他より顕著で、そこに産出地域名を付けるもの
- ③その両方を兼ね備えるもの
- ④新たな視点でブランドが創造されたもの

2.4 全国の著名な地域ブランド・産品

- A. 固有名としてまで成り立ったもの
伊勢海老、薩摩芋、伊予痞、桜島大根など
- B. 地域と産品のセット名として認知度が高い
[農水産物]

夕張メロン、利尻昆布、十勝小豆(北海道)、青森or弘前りんご(青森)、あきたこまち・比内地鶏(秋田)、米沢牛(山形)、越前ガニ(福井)、近江牛(滋賀)、浜名湖うなぎ(静岡)、松坂牛(三重)、丹波黒豆(兵庫)、なると金時(徳島)、関アジ・サバ(佐賀)など

[加工品]

札幌ラーメン(北海道), 稲庭うどん(秋田), 喜多方ラーメン(福島), 宇都宮餃子(栃木), 横浜中華・横須賀海軍カレー(神奈川), 水戸納豆(茨城), 信州そば・味噌(長野), 京漬物(京都), 揖保乃糸(兵庫), 讃岐うどん(香川), 佐世保バーガー(佐賀), 博多ラーメン(福岡), 長崎ちゃんぽん(長崎)など

[菓子]

草加煎餅(埼玉), 安倍川もち(静岡), 小布施栗菓子(長野), 吉備団子(岡山), 長崎カステラ(長崎), 小城羊羹(佐賀)など

[飲料]

狭山茶(埼玉), 勝沼ワイン(山梨), 静岡茶(静岡), 宇治茶(京都), 薩摩焼酎(鹿児島)など

C. 産品から特定地域が高く認知されるもの

[食品]

鮭・ホタテ・ジャガイモ(北海道), ハタハタ・じゅんさい(秋田), さくらんぼ・西洋梨・だだ茶豆(山形), ぶどう・もも(山梨), 落花生(千葉), 二十世紀梨(鳥取)など

[加工品]

きりたんぼ(秋田), 牛タン・笹蒲鉾(仙台), ほうとう(山梨), きしめん・味噌カツ(愛知), 千枚漬・紫葉漬・湯葉(京都), お好み焼き(広島), 辛子明太子(福岡), ウコン・黒糖(沖縄)など

[菓子]

白い恋人(北海道), 萩の月・ずんだ餅・白松ヶ最中(宮城), 笹団子・柿の種他米菓(新潟), 鳩サブレ(神奈川), ういろ(愛知), 羽二重餅(福井), 赤福(三重), 八つ橋(京都), 信玄餅(山梨), 柴舟(石川), もみじ饅頭(広島), かるかん(鹿児島), ちんすこう(沖縄)など

[飲料]

銀河高原ビール(岩手), 日本酒(新潟を中心に), 焼酎(鹿児島を中心に), 泡盛(沖縄)など

3. 本県の認知度, 産品の特徴

3.1 全国的に千葉として認知度が高いもの

産品にこだわらず, 「千葉県」というと連想することランキング⁵⁾で上位を占めたのは, 東京ディズニーランド, 成田空港が群を抜き, 浦安も関連して認知度が高い。以下, 九十九里浜, マザー牧場, 幕張メッセ, 八街落花生, 鴨川シーワールド, 千葉ロッテマリーンズ, 犬吠崎となる。食品

飲料では30位以内は上から落花生, 銚子電鉄ぬれ煎餅, 醤油, マックスコーヒー, 梨, 枇杷がランキングしている。

3.2 農産物

生産額²⁾で千葉県の野菜は全国1位である。産品別では, 1位の大根, ねぎ, さやいんげん, なし, さといも, ごぼう, 2位のスイカ, みつば, にんじんとなっている。これらはほとんどが一般家庭で常食するもので, 特徴も付けづらい。果物は白井の梨, 富里のスイカとして県内での認知は高く, 街ぐるみの地域ブランドといえるが, 全国的には二十世紀梨だけで国内シェア5割を占める鳥取などほどの, ブランド力は薄い。枇杷は長崎について2位であり, 関東エリアにおけるマイノリティな果物としての存在価値がある。

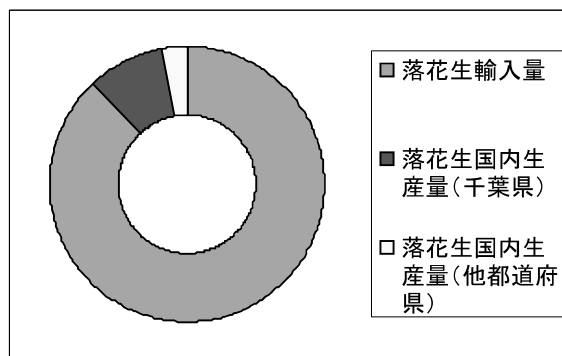


図1 落花生の国内シェア

日本における落花生生産量³⁾は1万3415トンである。世界的に見ると生産量は少なく(中国1441万トン⁴⁾)多くを輸入しており, 落花生輸入量⁵⁾は9万8867トンである。図1のグラフのとおり, 日本国内で多く消費されている落花生の大部分は輸入品で, 多くは安価な中国産である。国内のシェアでは, 本県は生産量³⁾で国内の74.6%と突出しており, 中でも生産量では日本一の八街市は, 産地としても認知度が高い。千葉県産は千葉半立を代表とした風味のある落花生に特徴がある。インターネットの【楽天市場】人気「落花生」の売れ筋ランキング⁶⁾で, 千葉県産が多数を占めるなど, ブランド力が窺える。認知度と共に千葉を代表する土産だが, 上記のグラフのとおり, 平均的に日常消費されるものとはなっていない。これは他の野菜などの農産物と対照的で, 本県の産品としては, 生産量と特徴を兼ね備えた認知度をもっているといえる。

3.3 水産物

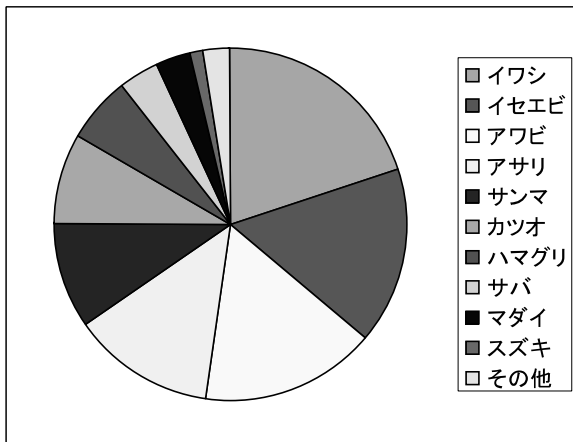


図2 千葉県水産物認知度

千葉県でイメージされる水産物は、図2のグラフ⁷⁾のとおり、大衆魚のイワシ、アサリ、サンマなどとイセエビ、アワビなどの高級食材が混在している。これらは認知度どおり、全国水揚げ高で上位を占めるが、特産品としては、大衆魚の高付加価値化、高級魚貝類の新たなブランド創造が望まれる。

3.4 加工品、飲料

醤油は国内シェア1位で、国内を代表するメーカーがあるが、これも日常性があるところに特徴がある。本県には醤油をはじめとする、江戸の台所としての製造文化が残り、海苔、川魚・貝の佃

煮、味噌、清酒、鉄砲漬、クジラのたれなど品質がよく、特徴のある特産品が存在している。これらは伝統を現代に継承するため、現代生活との調和を考えた、新たな製品のアレンジが望まれる。

4. まとめ

認知度向上のための課題

- ・全国的に見た本県の性格の把握
- ・落花生の更なる高級化・差別化
- ・枇杷など特徴のある産品の高付加価値化
- ・サンガ焼きなど漁師文化の産品推進
- ・江戸以来の伝統食品の現代風アレンジ
- ・他都道府県名産品とのコラボレーション
- ・ツーリズム、民話を背景とした産品開発
- ・日帰り観光に適した商品戦略

参考文献

- 1) goo：調査（2007年5月）
http://ranking.goo.ne.jp/ranking/051ki/chiba_spot/
- 2) 農林水産省：農業所得統計（平成13年）
- 3) 農林水産省：作物統計（2004年）
- 4) 国際連合食糧農業機関：統計年報（2004年）
- 5) 財務省：貿易統計（2004年）
- 6) <http://ranking.rakuten.co.jp/food/304655.html>
- 7) 千葉県：調査（2007年10月）