

地域ブランドに関するニーズ調査結果(代表例)

地域ブランド名	地域	生産(管理)主体	主体となる者の性格	取組み開始時期	商品の開発・販売促進、サービスの創出に関する取組み	商品・サービスの品質管理に関する取組み	取組みの効果	対象商品・サービスの社会的(市場)評価
ふうれん田舎もち	北海道	有限会社もち米の里 ふうれん特産館	有限会社	1988年(昭和63年)	風連農協が単一農協でもち米田地面積日本一となった1988年(昭和63年)、もち米農家6軒が共同出資し、切り餅の製造販売開始。平成6年に有限会社として法人化。平成8年から大手ファストフード店へおしるこ用の玄米餅を納品。 平成13年に自社工場、店舗、レストランをオープン。			
下川町の手延べ麺	北海道	下川町内に存在する製麺業者(佐藤製麺、さんが製麺、杉田製麺、高橋製麺、(有)たばた製麺、中川製麺、中村製麺、はるお製麺、水間製麺、伊東製麺)	下川町内に存在する製麺業者	—	以前に菊水のめん工場が町内に存在していたが、火災のため撤退した後、残った職人達を中心に農家の冬の出稼ぎ対策も兼ねて生産が開始された。			
田子にんにく	青森県	田子町農業協同組合	農業協同組合	1969年(昭和44年)	・1kgネット販売から小袋販売への移行 ・2時間で臭いが消える「ドクターサイカイガリック」やレンジで簡単に食べられる「レンジにんにく」などの開発 ・すもものを加工品として、付加価値を高めての販売	・市場に出てから、イモグサレセンチュウによる腐れを出さない対策として高温処理施設を建設 ・町が建設したにんにく専用CA冷蔵庫を使用し、高品質なままで、定時定量と周年出荷が可能となった。	・首都圏の高級スーパー及び量販店において、根決め販売が可能となった。 ・テレビや新聞、一般の方々の問い合わせや取材が殺到している。	・市場やスーパーにおいても、かなりの知名度が高まった。特に料理番組での紹介や「やずや」の全国CMによるものが大きい。
大間マグロ	青森県	大間漁業協同組合	漁業協同組合	1993年(平成5年)		クロマグロの鮮度保持のための工夫		再びクロマグロが漁獲され始めた平成5年より日本一という評価を維持し続けている
南部鉄器	岩手県	南部鉄器協同組合 水沢鋳物工業協同組合 盛岡市水沢市	事業協同組合 地方公共団体	昭和50年に伝統的工芸品に指定	南部鉄器は南部藩御城下盛岡で約400年前に生まれ、茶釜から日用品にいたるまで広い用途に応じ、利用された。	現代の生活にマッチした新商品が注目され、電磁調理器対応商品や薄手で小さめというサイズダウンした商品が製作されている。		茶の湯釜や鉄瓶は造形美に優れているほか、澄んだ音色の風鈴などが親しまれている。
前沢牛	岩手県	岩手ふるさと農業協同組合 前沢町	農業協同組合 地方公共団体	昭和55年ごろから	農業を基幹産業とする地域で、水稲と肉用牛生産を複合的に推進する中で、地域の取り組みとして、種雄牛による肉質の改良を進めた。	農協が、肉質向上のため、生産者の指導相談等、技術面の強化を図った。 東京食肉市場への出荷を進め、全国肉用牛枝肉共励会等を通じて、肉質向上に努めた。	肉用牛販売額の増加	枝肉価格は、他産地の同等規格のそれと比較して、500円/kg以上高い価格で取引されている。
秋田比内地鶏	秋田県	あきた北央農業協同組合	農業協同組合	1987年(昭和62年)	県畜産試験場が比内地鶏の雄とロードアイランドレッドの雌の交配による「秋田比内地鶏」を作出、昭和53年から素びな供給を開始した。平成4年に(社)秋田県農業公社が素びなの生産・供給業務を開始、素びなの安定供給に努めてきた。県事業の活用により生産農家や飼育施設を拡大、飼育羽数の拡大を図ってきた。「きりたんぼ」など鍋物への季節需要から焼き鳥やスープ、そば等への用途を広げ、周年出荷が実現した。	比内地鶏生産部会を創設し、飼育マニュアルに基づく統一した飼育管理による品質の維持向上。HACCP対応の食鳥処理施設の設置	JAあきた北央の比内地鶏関連の販売実績が3億8千万円(平成14年)に増加。 首都圏の大手スーパーや飲食店から引き合いがある。	牛肉に匹敵する価格で取引されている。
会津ブランド	福島県	会津ブランド推進委員会(会津28市町村を対象とし、行政及び商工会・商工会議所、各種団体、住民により組織)	会津若松商工会議所中心の任意団体	平成13年	会津のブランド品を認定する作業。 意識の高いブランド品認定事業者同士による部会の設置 会津を正しく理解・評価する土壌をもつゆかりの地との提携により、企業マッチングや、イベント、アンケートなど様々な形で継続して交流できる仕組みづくりを行っている。	認定審査会による定期的な商品のチェック作業を行っている。	会津ブランド品認定事業の34%が売り上げを増加。ブランドを活用した街づくりを、商店街などが行い始めている。	同様の商品と比較して、消費者が信頼の証として買い求めるケースが増加し、結果として販売額の増加につながっている。
川俣シャモ	福島県	(株)川俣町農業振興公社 肉シャモ振興会 シャモ料理研究会 川俣町	町出資(40%) の第三セクター(株式会社)	1985年(昭和60年)	○シャモを食用に適したものにすため肉卵兼用種の1交代配種をつくり、シャモ燻製として商品化した。また、レトルト・冷凍食品の開発も行っている。現在、川俣シャモは消費者ニーズの変化により2交代配種に改良した。 ○生肉の販売促進にはシャモ料理研究会会員の協力により親子丼や焼き鳥等、町主催のイベント開催や各種イベントへ参加し川俣シャモのPRを行っている。	○安全で安定した供給ができるように、肉シャモ振興会会員の指導・研修等も行っている。	売上は、0.7億円(H11)から2.1億円(H15)に増加。昨年9月頃より東京三越本店において生肉・加工品の販売ができるようになった。	個別の問い合わせもあり、同様の商品と比較して、高値で取引されている。
喜多方ラーメン	福島県	蔵のまち喜多方 老舗会	喜多方ラーメン店で構成する任意団体	1987年(昭和62年)	喜多方ラーメンマップを作成し、無料で配布 喜多方ラーメン券の発行 各種イベントへの出店 ラーメンフェスティバルの開催	各店の個性を活かしつつ品質の向上に努めている	昭和62年の観光客数35万5000人が、平成15年には104万7000人に増加	
とろろ芋	福島県	白沢長芋生産組合 長芋(とろろ芋)生産者40人による任意の生産者団体 事務局:JAみちのく安達本宮グリーンセンター	任意組合	1977年(昭和52年)	生産量の7割が生食用で3割が加工用である。その3割を白沢村、JAみちのく安達本宮グリーンセンター、白沢長芋生産組合が連携し加工品の開発・販売促進等を実施している。 生食用の6割は郵便局のゆうパック、4割は白沢村特産物直売所等での直売方式である。加工品は本格長芋焼酎「さわうらら」、とろろらーめん、とろろ餡があり白沢村商工会を通じて村内小売店で販売している。	生産物の管理については、白沢長芋生産組合内部において3段階に分類し、組合員個人による相対売りを禁止し、品質の均一化を図っている。	従来は生食用のみの販売であったが、加工品を開発したことにより、平成15年度は生産者の増加と対前年比で作付面積の2.0%増加が図られた。	全国平均価格より、約2倍程度で販売されている。
追原そば	福島県	追原そば生産組合	地元の住民により構成される組合	1993年(平成5年)	なくなりかけていた追原そばを復活させ地域の活性化に繋げていくため、地元の住民が協力し、研修や研究を重ね、追原庵をつくり、打ちたて、ひきたて、茹でたてのそばを味あわせる。毎年11月に新そば祭を開催している。	地元でとれたそば粉に阿武隈川源流の清流をつかって、ひきたて、うちたて、ゆでたてで振る舞い楽しんでもらう。	追原そばは村の特産品にもなっており、近隣市町村はもとより県外からも幻のそばを食べにお客さんがやってくる。	ほくほくしていて、とてもおいしいと評判である。

地域ブランド名	地域	生産(管理)主体	主体となる者の性格	取組み開始時期	商品の開発・販売促進、サービスの創出に関する取組み	商品・サービスの品質管理に関する取組み	取組みの効果	対象商品・サービスの社会的(市場)評価
飯館牛	福島県	(財)飯館村振興公社 村内畜産農家 JAそうま 飯館村商工会 飯館村森林組合 飯館村	村出資(90%) の第三セクター (財団法人)	1984年 (昭和59年)	商工会がむらおこしのシンボルとして飯館牛を取り上げ調査研究に着手し、昭和59年にJA、飯館村が力を合わせて「しいたてミートバンク」を立ちあげて生の牛肉を全国に宅配したところ大きな反響を得たことで、飯館牛としての銘柄確立の気運が高まった。	村で肥育され枝肉市場に出荷された肥育牛の格付けがA4とA5のランクのみを飯館牛と認定し、JAが経営するミートプラザの店頭から最終消費者に渡るよう、品質と流通の透明性を確保している。	(財)飯館村振興公社の実績 受精卵移植受胎実績 H7=63頭 H15=104頭 肥育牛出荷頭数 H11=187頭 H15=177頭 肥育牛出荷額実績 H11=14,940万円 H15=16,300万円	大量に出荷販売出来ないため常に品薄感がある。
尾瀬りんどう	福島県	JA会津みなみ 南会西部花卉生産組合	農業協同組合		新品種の開発	予冷庫の使用による品質管理	一般の人にも人気	高い
大桃味噌	福島県	大桃味噌醸造組合	事業組合	平成15年度	大豆と麹の1対1配合	気温、湿度を独自の保管庫により厳しく品質管理	年々売り上げ増加	味は高評価
伊南川の鮎	福島県	南会西部漁業協同組合 伊南村観光協会 伊南村旅館民宿組合	漁業協同組合		湖産、海産、ダム産等冷水病に強く、追いの強い鮎の導入	河川の清掃	釣り客の増加	高い
棚倉美泥	福島県	(株)まち工房たなぐら TMO	町出資(40%) の第三セクター (株式会社)	2004年4月	棚倉破砕帯により採取したミネラルグリーンを原料に製品化し販売を促進。まずは町内の女性の方々に自身を持ってお薦めしながら、近隣の愛用者を獲得、またインターネット上で販売していく方針。	化粧品の特性を活かし、品質が損なわぬよう細心の注意を心掛けている。	当該商品の売り上げにより、観光客の増加が見込まれています。	同様の商品と比較して少し割高で取り引きされている。
鎌倉彫	神奈川県	伝統鎌倉彫事業協同組合	事業協同組合	昭和54年1月に伝統的工芸品として指定	経済産業大臣が指定する伝統的工芸品であり、鎌倉彫創作展の開催や、(財)伝統的工芸品産業振興協会が主催する展示会への出展など、販路拡大にも積極的に取り組んでいる。		地域及び全国への知名度の向上と販路の拡大。	伝統的工芸品として社会的にも評価されている。
小田原漆器	神奈川県	伝統小田原漆器協同組合	事業協同組合	昭和59年5月に伝統的工芸品として指定	経済産業大臣が指定する伝統的工芸品であり、(財)伝統的工芸品産業振興協会が主催する展示会への出展、箱根寄木細工や小田原漆器をはじめとする地元木製品業界をあげた「小田原・箱根木製品フェア」の開催など販路拡大にも積極的に取り組んでいる。		地域及び全国への知名度の向上と販路の拡大。	伝統的工芸品として社会的にも評価されている。
小田原おでん	神奈川県	小田原おでん会	任意団体 水産練製品製造業を中心に小田原地域で生産・製造等を行う事業者の集まり。(味噌、こんにゃく、肉、野菜など)	平成15年	昔から小田原の産品として知られている蒲鉾を中心に地域内で生産・製造されている多くの素材を組み合わせ、新たなブランドとして創出した。 新たなイメージを創出するため、イベント等を開催し様々なおでんを提供するとともに、料理コンテストを開催し消費者から様々なアイデアを募った。	ブランドとしての保護・確立を図るため、商標登録等の検討を行うとともに、あわせて団体の法人化も検討する。		イベント等に出店して提供する場合には、イベント終了を待たずに売り切れとなってしまうような状況である。
箱根寄木細工	神奈川県	小田原箱根伝統寄木協同組合	事業協同組合	昭和59年5月に伝統的工芸品として指定	経済産業大臣が指定する伝統的工芸品であり、(財)伝統的工芸品産業振興協会が主催する展示会への出展、箱根寄木細工や小田原漆器をはじめとする地元木製品業界をあげた「小田原・箱根木製品フェア」の開催など販路拡大にも積極的に取り組んでいる。		地域及び全国への知名度の向上と販路の拡大。	伝統的工芸品として社会的にも評価されている。
HiHill	富山県	・有限会社 ハイヒル(問屋・職人・デザイナー他21事業者が出資し平成15年10月法人設立) ・高岡市デザイン工芸センター	有限会社	1999年(平成11年)	1999年、行政主導で始まった地場産業活性化事業(HiHillプロジェクト)で、環境に配慮した金属素材や漆等による新しい表面処理技術の開発など、様々な実験的試みを通して生産者の意識改革を行った。また、地場技術を販売する「マテリアルプレート190種」を商品化。2003年には、法人化したHiHillと行政、生産者による生・販・流の協同体制を構築した。	マテリアルサンプルは、ほとんどが受注生産となっているため、職人自身が考案製作したサンプル板を持ち、一定の品質を保つように心がけている。 また、モチベーションを上げるために定期的に新色(サーフェス)を製作するなど、技術やデザイン性の向上を図っている。 グッドデザインの認定を受け、デザインや品質等、ユーザーの信頼を得られるよう努めている。	これまで伝統的技術とは縁遠かった企業(建築、自動車、家電など)にインスピレーションを与え、マテリアルプレートを製作した企業や職人集団を結びつけ、地場に新たなビジネスをもたらしている。	特に専門誌で紹介されて以来、外資系の家電メーカーや自動車メーカー、キッチンメーカーその他から受注の依頼や技術提携などの動きがあるなど評価は高い。
九谷焼	石川県	寺井町商工会	商工会	2004年(平成16年)	プロジェクト委員会の定期開催、ブランディング専門家委嘱、市場調査データを基にした開発研究、マーチャンダイジング計画の試行。	同左		
山中漆器	石川県	山中町商工会	商工会	2004年(平成16年)	カナダ、フランスのグループに分かれ委員会を設置し、ブランディング戦略のためそれぞれ専門家のアドバイスを受け、市場調査データを基にした開発研究を行う。	同左		
THE 291	福井県	産地ブランド確立推進協議会	任意団体	平成14年	福井県で製造された眼鏡を高品質、独創性、洗練されたデザイン、機能美、新素材、加工技術の観点から審査し、認定を行う。 認定された眼鏡を県内外の展示会で展示し、販路拡大を目指す。	認定に当たり、申請した眼鏡枠の提出を義務付けており、品質の確認を行っている。 認定後にブランドイメージを壊すような取組みをした企業の認定を取消すこととしている。	まだ、一部の小売店でしか販売しておらず、今後販売体制を確立していく。 すでに展示会では、関係者に高い関心を持たれていた。	品質に対する評価は高いが、小売店ではブランドを前面に出しての販売が主となっているため、この評価は小売価格には反映されていない。
山梨のジュエリー	山梨県	山梨県水晶宝飾連合会	4つの事業協同組合の連合会	2000年(平成12年)	山梨県が宝飾品製造における日本一のシェアを誇っていることは、一般消費者にはあまり知られていない。それは取引の対象が一般消費者ではなく、卸売りなどの中間業者であるからであるが、今後は日本一の宝飾産地を前面に出して販路開拓を図っていく。	宝飾品は、高価のものであるだけに産品への信頼性を増すように宝石の鑑別システムの構築などに取り組んでいる。	不明	最終消費者には、知られていないが、職人のいる産地として評価は高い。
甲州ワイン	山梨県	山梨県ワイン酒造組合	酒造組合	1955年(昭和30年)	明治初期に日本で初めてワインづくりが行われて以来、日本固有の甲州種ブドウによるワインづくりは試行錯誤を繰り返し、現在も日本オリジナルなワインづくりへの可能性に醸造家は努力している。	おいしい甲州ワインを造るため、甲州ブドウの栽培研究、また醸造方法の研究を日夜続けている。	不明	欧州系の醸造用ブドウ品種によるワインも近年評判は高いが、日本料理に良く合う甲州ワインの評判も高い。

地域ブランド名	地域	生産(管理)主体	主体となる者の性格	取組み開始時期	商品の開発・販売促進、サービスの創出に関する取組み	商品・サービスの品質管理に関する取組み	取組みの効果	対象商品・サービスの社会的(市場)評価
駿河雛具・駿河雛人形	静岡県	静岡雛具人形協同組合 静岡県節句人形製造協同組合	事業協同組合	2002年 (平成14年)	毎年5月に、全国の業界関係者等を対象に、組合加盟の各社がそれぞれの新作を展示する「新作駿河雛具雛人形見本市」を各社展示場で開催し、販路拡大を図る。		見本市来社数 1983社(2024社) 見本市来客数 6190名(5117名) (各社報告合計、重複あり、成約額については未集計) 業界内では、ある程度の知名度はあるため、今後も継続していくことで、消費者への知名度の高まりも期待される。	
デザインの静岡家具	静岡県	静岡県家具工業組合	産地組合	2004年 (平成16年)	国内外の若手デザイナーを対象にしたコンペを行い、産地メーカーによる優秀作品の試作化を実施。	試作化された家具は、デザイナーとメーカーにより実販売に向けた改良を行う。	未定	未定
ふじのかみ	静岡県	静岡県家庭紙工業組合	業種組合	2002年 平成14年	「ふじのかみ」は、静岡県家庭紙工業組合の組合統一ブランド商品名であり、共通ブランドにより、加盟中小メーカーの主力商品である100%再生家庭紙の消費拡大を図る。	産地アピールのため、商品名に「富士」を入れて、日本の生産地である富士地区の製品であることを首都圏等へアピールする。	一般消費者に再生紙に関心を持ってもらうことによってリサイクル意識を高め、再生紙のイメージアップを図ることにより、再生紙製品の需要増加及び販路拡大が期待される。	
尾州ブランド	愛知県	財団法人一宮地場産業ファッションデザインセンター(FDC)	財団法人	2003年(平成15年)	各シーズン(年2回)の東京での産地展示会とパリでの展示会での出展物の作成と販路開拓	FDCで実施するモノづくりプロジェクトであるユーロ・テキスタイルプロジェクトとFDC匠ネットワークを中心としたモノづくりを2本柱にした一定の質を保った高品質なテキスタイルづくりを実施中。	国内で実施した展示会では多数の引き合いがあった。	織物の品質の安定性について高い評価を得ている。
有松・鳴海絞	愛知県	有松商工会 有松・鳴海絞産地の意欲ある事業者のすべて	商工会	2004年(平成16年)	伝統的な絞り加工に光触媒などの新技術を用いて、パレルやインテリアの新商品を開発する。			
三重ブランド	三重県	三重県	地方公共団体	2000年 (平成13年)	【県の役割】 認定制度の創設 事業者の申請に基づき、コンセプト、独自性・主体性、信頼性、市場性、将来性の項目について外部審査委員により評価し、品目と事業者を合わせて認定する。 平成13年度認定品目 真珠、伊勢えび、松阪牛、的矢かき、あわび 平成15年度認定品目 伊勢茶、ひじき、ひのき 創出の支援 コンセプトに合致する新商品のアイデアや事業化に関してビジネスプランを募集し、優秀プランに対して補助する。 情報発信 認定品を通じて県産品全体のイメージアップを図るため、情報発信を行う。 【民間の役割】 ブランドマネージメントを行いながら、商品化戦略、販売戦略、コミュニケーション戦略に取り組む。	認定制度の運用(県) 認定は3年間の期限とし、再度、ブランド化の取組み内容について審査する。 個々の商品・サービスの品質管理 各事業者のブランドマネージメントの観点に置いて実施。	HPへ1万件/月程度のアクセスが有り、各事業者の商品へのシンボルマーク表示については、一定の評価がなされている。	認定された事業者は三重県のトップランナーとして位置付けられている。
信楽焼	滋賀県	信楽焼振興協議会事務局	甲賀市・産地組合で組織する任意団体	2002年 平成14年	商品開発 カタログ作成	信楽ブランド宣言	カタログを用いての販売は順調であります。数字としては表れていません。	高級なイメージはなく一般的な生活雑貨を主力製品としているので、市場には密接に関係している。
高島いろはTACCA	滋賀県	高島晒協業組合	事業協同組合	2003年	高島地域は歴史ある綿織物の産地であるが中間製品での出荷がほとんどであり、海外輸入品の攻勢を受け、出荷額が激減しているそんな中で、繊維業者が完成品の製造販売までを手がけることにより、消費者のニーズを直接把握し、生地を生産する段階から産地の持つ技術力やノウハウを活かし、新たなものづくりに取り組み、地域ブランド商品として、「高島いろは」を展開する。	地域ブランド「高島いろは」の取り組みとともに、生地のブランドである「TACCA」の開発にも取り組んでいる。「TACCA」の基準は以下のとおりであり、高島産地のテキスタイルが世界のユーザーに認められ、身に付ける消費者の着心地を満足させることが出来るように、高島産地の高度な加工技術・燃糸・製織ノウハウを結集することとしている。 機能的な品質基準をクリアするテキスタイル(寸法変化率・染色堅牢度・安全データ等) 市場において高品質と認められるテキスタイル	スタートをきったばかりの取り組みではあるが、従来販路であった商社等にくわえ、百貨店の催事等直接販売する所へも徐々に販路が広がってきている。	中間製品を製造していた業者が、完成品まで作ったという事で商品の完成度はまだまだ低く、市場評価は決して高いとはいえない。マーケティングをはじめ製品についての研究を重ね、完成度の向上に取り組んでいきたい。
京のブランド産品	京都府	(社)京のふるさと産品価格流通安定協会	社団法人(京都府と府内の全市町村、農林漁業団体が共同で運営する公益法人)	1989年 (平成元年)	新聞、雑誌等を活用したPRや試食販売などの販売促進活動を実施	協会・JAが連携して、品質や規格、生産出荷技術からなるブランド認証要件をクリアし、さらに格付検査により秀品以上のものだけに京のブランド産品マークを貼付している。	販売額が、平成元年度の約4億円から平成15年度には約15億円を突破するまでに伸びている。	他府県産と比較して約1.5~2倍の価格で取り引きされている。
宇治茶	京都府	(社)京都府茶業会議所	社団法人(京都府茶生産協議会(生産)、京都府茶協同組合(商工)の2団体による府内の茶総合団体)	1960年 (昭和35年)	本府の茶業振興のための総合施策を推進するため、行政に対する茶業に関する意見建議、諮問に答申し、また茶業団体間における事業の調整、生産技術の改善、消費宣伝対策情報資料の収集等を行っている。		戦時下における強大な統制、食糧増産施策等によって、本府の茶生産は極度に圧縮され、生産量の減少、茶業者の団結も弱体化していた。この茶業組織の創設により、宇治茶復興の道が拓けた。	宇治茶は高級茶に位置づけられており、高値取引がされている。
西陣織(商標登録済)	京都府	西陣織工業組合	工業組合		西陣織産地で生産された製品のみ「西陣織」等の商標の使用を許すことにより、当該産地で生産されたことを証明する。これにより産地ブランドを維持する。	組合が発行する証紙を商品に貼り付け、製品の産地保証をするとともに、他産地等で「西陣織」の商標を無断で使用した場合は組合として使用の中止を求めている。		高い技術と洗練された意匠で高い評価を得ている。
大阪タオル	大阪府	大阪タオル工業組合(直接のお問い合わせは控えてください)	商工業組合		不明	不明	不明	不明

地域ブランド名	地域	生産(管理)主体	主体となる者の性格	取組み開始時期	商品の開発・販売促進、サービスの創出に関する取組み	商品・サービスの品質管理に関する取組み	取組みの効果	対象商品・サービスの社会的(市場)評価
なにわ特産品	大阪府	大阪採れたて農産物消費推進協議会 平成13年7月設立。大阪府とJAグループ(大阪府農業協同組合中央会、全国農業協同組合連合会大阪府本部、大阪府信用農業協同組合連合会、全国共済農業連合会大阪府本部)で構成。	大阪府農業協同組合中央会(事務局)	平成5年 採れたて農産物消費推進協議会設立以前は全国農業協同組合連合会大阪府本部(当時は大阪府経済農業協同組合連合会)と大阪府が共同して推進。	農産物のPR販売、消費啓発活動、産地ツアーの実施		農地面積が減少する中、PR活動等により水なす栽培面積は平成5年と同程度となっている。	水なすは府内で生産される中長なすに比較して販売単価が高い。
なにわふるさと野菜	大阪府	大阪採れたて農産物消費推進協議会 平成13年7月設立。大阪府とJAグループ(大阪府農業協同組合中央会、全国農業協同組合連合会大阪府本部、大阪府信用農業協同組合連合会、全国共済農業連合会大阪府本部)で構成。	大阪府農業協同組合中央会(事務局)	平成13年	農産物のPR販売、消費啓発活動、産地ツアーの実施		伝統野菜の栽培面積が増加	市場に十分流通するほどの生産量がない
ひょうご食品認証制度	兵庫県	兵庫県	地方公共団体	2004年	兵庫県は、環境に配慮した生産や品質等の個性・特長のある食品を掘り起こし、認証してPR。	県が独自に定める認証基準に基づき、県内の農畜水産物及び加工食品の生産者の生産技術指導を実施。		同様の商品が無いため比較はできないが、一般の白ネギより3割程度は高値で取引されている。
高野口パイル	和歌山県	紀州繊維工業協同組合	事業協同組合	平成15年度	中小企業総合研究機構の支援のもと、京都造形芸術大学と連携し、学生の発案により新商品を企画・開発。また、インテリア業界についてマーケティング調査を実施。	商品を企画した学生と産地企業が連携しながら品質等を検討している。	事業遂行中	同様の産地は他に見られないため、パイルの集積産地としては国内随一であると思われる。
みなべの南高梅	和歌山県	みなべいなみ農業協同組合 みなべ町	農業協同組合	1950(昭和25年)	昭和25年より品種統一による市場の安定化を図り、青梅では主としてJAが、梅干では地域の加工業者が販売促進を行っている。 現みなべ町としては関東方面を中心としたPRイベントや店頭販売などを行い、みなべの南高梅を全国にPRしている。	南高梅の出荷に伴い、生産者に対してトレーサビリティの徹底を主としてJAが行っている。また、地域の加工業者は自主検査による商品の品質管理を行っている。		青梅、梅干しともに他品種、他産地の梅より高値で取引されている。
鳥取地どりピヨ	鳥取県	鳥取地どり生産者協議会(会長:佐藤博英[生産者])	任意団体	平成10年3月	県がピヨを開発。平成11年に商標登録。県と山陰食鶏農協で系統の維持・管理。会員への素びな供給は、山陰食鶏農協が実施。	ピヨの生産・販売の約98%を占める山陰食鶏農協が特定JASを取得(平成16年7月)。	平成11年に32,000羽/年の生産量が平成16年には60,000羽/年の生産までアップ。協議会より、会員による自助努力による効果大きい。	生産コスト見合いの取引。付加価値までは見込めていない。地どりのニーズがプロイラーほど無い。
鳥取和牛、鳥取F1牛、鳥取牛	鳥取県	鳥取県牛肉販売協議会	任意団体	平成2年7月	ホームページ作成(現在作成中、今年度末完成見込)、のぼり作成による販売促進活動 指定店の整備と拡張を図る	県産牛一定等級以上の牛肉を認定牛枝肉共励会を年2回開催	県内消費者に徐々に銘柄名が浸透してきている。	地産地消が高まる中で、県内消費者に好まれる傾向はあるが、価格差が出るほどには至っていない。
因州和紙	鳥取県	鳥取県因州和紙協同組合 産安 光 岡山東	事業組合 理事長	不明	首都圏での見本市開催 機能性和紙や立体漉き和紙の開発	手漉き和紙については、国指定伝統工芸士の試験実施。	まだ、書道用紙に依存しているが、近年、照明・壁紙などのインテリア向け商品が好調。	前項例のように一部商品は高く評価されているが、地域ブランドとしてはまだまだ。
マイクロものづくり岡山	岡山県	岡山県	地方自治体	2004年(平成16年)	精密生産技術分野における企業ネットワーク及びその活動を支援する産業支援機関・金融機関等からなる支援ネットワークを構築・強化する。 組織の拠点として「マイクロものづくりセンター」を県工業技術センターに設置し、先進機械を使った共同研究、先進技術の普及、熟練技能の伝承、連携プロジェクトの構築の場とする。 精密生産技術分野における技術力向上のための共同研究、及び企業等の研究開発への支援を行う。 岡山ブランドとしてのマイクロものづくり岡山をPRする。		平成16年に共同研究がスタートしたところであり、効果が今後現れるものと期待している。 (ハード整備は平成16年度末までに整備予定)	
おかやま有機無農薬農産物	岡山県	おかやま有機無農薬農産物生産集団、生産者 社団法人岡山県農業開発研究所 岡山県	地方公共団体	1988年(昭和63年)	生産拡大として、有機の営農集団が行う。機械、生産安定施設、土づくり資材、耕種防除資材の整備、認定手数料、販売促進資材、消費者交流会の実施等を対象とする補助事業を行っている。 販売促進対策として、有機無農薬農産物フェアの開催、取扱店の指定(92店舗)、PR資料の作成・配布を行っている。	「おかやま有機無農薬農産物」ブランド定着事業(県)「おかやま有機無農薬農産物」の厳格性・優秀性を担保するため、現地指導、研修会の開催、ほ場看板の設置等により、生産段階での適正な管理・格付けを指導している。	生産量 H13年度1,050t H15年度1,226t 面積 H13年度58ha H15年度77ha	消費者との直接販売や予約販売、店舗に特設コーナーの設置など、評価は高く、一般栽培の農産物と比較して、1.2倍程度の価格で取引されている。
つやま夢みのり	岡山県	つやま新産業開発推進機構	任意団体	平成11年7月	美作地域において、産学官の連携による新産業・新事業の育成を目指し、美作大学技術交流プラザが平成11年7月に発足。その中で、食品分野での特産品を開発すること目的に食品分科会を設置。地産地消をテーマに地域の産物を利用した特産品の開発に次々に取り組んでいる。また、開発した商品には「つやま夢みのり」の共通マークを付け、ブランド化を図っている。	産学官に「民」を加え、消費者の立場からの意見を入れるとともに、厳しい認証制度により審査会参加者の3分の2以上の賛成を得ることを必要としている。	美作大学技術交流プラザが開発に関与した商品の売上は、H13に11百万円、H14に27百万円、H15には49百万円と、順調に増加している。	

地域ブランド名	地域	生産(管理)主体	主体となる者の性格	取組み開始時期	商品の開発・販売促進、サービスの創出に関する取組み	商品・サービスの品質管理に関する取組み	取組みの効果	対象商品・サービスの社会的(市場)評価
熊野筆 (JAPANブランド事業)	広島県	熊野町商工会、熊野町商工会筆部会(=商工会加入筆製造事業者)	特別認可法人	JAPANブランド事業 2004年(平成16年)6月	横文字・丸文字専用外国文字用毛筆及び画筆のニーズ調査し、美術学校において筆開発の調査・研究を実施。筆の商品化に伴い、パッケージ・チラシ・リーフレット等の販促物の制作。海外版絵手紙用テキストの制作、海外での絵手紙指導者の育成。国際見本市や展示会等での紹介活動等の総合的PR及び開発商品の拡販。	熊野筆は、伝統工芸士等の熟練技術者による技術の伝承により、高い品質を維持している。	現在進行中。 <計画・実施内容> 海外での文具市場で新たな筆記用具としてのポジション確立・販売の足がかりをつくる。(既存の海外における文具市場..21カ国,28地域) ・海外市場での「外国文字版絵手紙用 画筆&文字用毛筆セット」の販売目標 ...初年度(16年)5万本 1億円 , 次年度(17年)10万本 2億円 (セット単価@2000円)	16年度開始事業のため、不明。 以下の展開により、市場評価が今後決定。 普及促進と販路開拓 ・フランスにおいて、絵手紙カルチャーを浸透させるため、平成17年1月パリで開催予定のインターナショナルホームデコレーション、ギフトウェア&テーブルウェアトレードエキジビションに出展し、絵手紙デモンストレーション、作品展示、専用筆の展示紹介、来場者アンケート調査を実施。 市場調査・市場開拓及び商品提案 ・イベント、美術学校 ・既存の海外カルチャー教室 ・展示会・体験会 ・海外アーティストとのコラボレーション等 テキスト、紹介リーフレット制作 ・絵手紙と外国文字用毛筆のテクニックを紹介し、浸透させるために専門家を招聘し、英文、フランス語で製作。 ・パッケージ、チラシ、リーフレット等の販促物の制作、海外版絵手紙用テキストの制作。
UBEメディカル(産学公医工連携製品)	山口県	宇部鉄工業(協)医療福祉部会 宇部地域で医工連携による医療福祉機器の開発・製造・販売を行う事業所 メンバー・共美工業・浜田歯切工作所・ムロツミ・山口造機・宇部工業・柴崎工業・第一精機・伊東工作所・内田鋼機・野村工電社	宇部鉄工業(協)医療福祉部会	2002年(平成14年)	パーキンソン病の定位的把持装置開発を昨年より行い、現在商品化に向けて取り組んでいる。メンバー内に医療機器の販売を行っている事業所があり、山口大学において実用化に向けて試用(3例)改良を行っている。 頭部固定装置の改良開発も手がけている	現在、品質管理向けには特許の取得等の準備を進めている。また取組み事業所においては許可工場の申請に向けての準備を行っている。	実際の開発商品の最終改良をまって来年平成17年2月・5月に学会等への発表を行い、全国・世界への販売を図る	同様の商品と比較して、通常、3分の一程度の価格で取引されるものと想定される
やまぐち和牛	山口県	全国農業協同組合連合会山口県本部 県内農業協同組合 全国和牛能力共進会山口県出品対策協議会	農業協同組合等	1999年(平成11年)	県内肉用牛肥育農家の飼養管理技術の向上の取り組み ・指導員及び農家研修会 ・飼料給与マニュアル作成	県和牛共進会枝肉区審査にあわせ研究会の開催 年2回(大阪南港食肉市場) やまぐち和牛枝肉共助会の開催 年2回(大阪南港食肉市場)	高級肉を示す枝肉格付け4,5以上の率 H15年度 53.2% H16年県和牛共進会前期87%、後期74%	山口県産の和牛肉として関西地域で徐々に浸透
高森牛	山口県	玖西食肉研究会	任意団体	1999年(平成11年)	町内食肉業者による研究会設置(玖西食肉加工事業組合の組合員) 研究会規約作成 町肉祭りの開催	高森牛取扱要領の作成 高森牛ラベルの作成	県内東部・中部・北部地域の食肉店舗等で販売	県内消費者へ信頼の置ける銘柄牛として受入られている
長州どり	山口県	深川養鶏農業協同組合(養鶏専門農協組合員221名(H15))	農業協同組合	1997年(平成9年)	鶏肉生産・加工・流通システムの構築 ・天然ハーブ配合、ポストハーベスト、Non-GMとうもろこし飼料給与によるブロイラー飼育 ・加熱蒸気焼成機を利用し原料肉の良さを最大限活かした鶏肉加工製品製造 ・その他、種鶏直営農場で生産した有精卵を利用したふるさと銘菓(鶏卵せんべい等)製造	・自主的な細菌・薬物残留検査 ・工場内ワンウェイ方式(一方通行)と徹底した消毒の実施 ・オールイン・オールアウトによる家畜防疫システム ・長州どりシール作成	長州どり等の食肉・加工品・飼料等販売高 96.5億円	消費者へ安全・安心をPR
ももいちご	徳島県	徳島市農業共同組合佐那河内支部ハウスいちご部会	農業共同組合の部会	1992年(平成4年)	消費者にアピールする名称を公募し、「もものように大きく甘いいちご」の特徴を表すとして「ももいちご」と名付ける。	苗が流出することを防ぐため、栽培協定契約書により明文化している。 品質の特に優れた期間(12月~3月)に出荷するいちごのみ「ももいちご」の名称使用を許可する。	農家の所得の向上 村内の活性化	高い市場評価を得て、高額で取り引きされている。
讃岐三畜(讃岐牛、讃岐豚、讃岐コーチン)	香川県	(社)香川県畜産協会	社団法人	平成10年	1.協議会の開催 2.県内外のイベントへの参加 3.消費者懇談会の開催 4.アンテナショップによる普及推進 5.新聞等による普及啓発 6.販売促進資材の作成 7.讃岐三畜加工品の普及開発 8.讃岐三畜ふれあい体験バスツアー	1.地産地消と食の安全・安心への取組み		通常の畜産物と比較して1.5倍程度の価格で取引されている。
K.ブランド	香川県	かがわ農産物流通消費推進協議会	香川県、学識経験者、農産物の生産流通に関する機関・団体、消費者団体、栄養関係団体、学校教育関係団体、食品産業・外食産業関係団体など21機関・団体	2001年(平成13年)	かがわ農産物流通消費推進協議会の下部組織である「かがわブランド」農産物等プロジェクトチームが仕組みを検討している。	第三者機関によりチェックを行っている。また、消費者モニターを設置し、定期的にK.ブランド製品に対する評価をいただいている。	有名果実専門店や量販店などにおいて、K.ブランド製品が取扱いいいただいている。	同様の商品と比較して、有利な条件もしくは有利な価格で取引されている。

地域ブランド名	地域	生産(管理)主体	主体となる者の性格	取組み開始時期	商品の開発・販売促進、サービスの創出に関する取組み	商品・サービスの品質管理に関する取組み	取組みの効果	対象商品・サービスの社会的(市場)評価
活き締め土佐の清水サバ	高知県	土佐清水市漁協	漁業協同組合	1991年(平成3年)	平成5年に高知県、高知懸賞品計画機構、清水漁協活魚対策推進委員会が「清水サバ」の販売戦略を作成し、活魚水槽等の施設整備や販売促進事業の導入、漁協での専属職員の配置等を行った。また、平成12年に商標登録を行い、ブランドの明確化を図った。	各漁船に冷却水槽を整備させるなど、品質・鮮度管理を徹底させている。	活き締め「清水サバ」の単価は、5年間でキロ73円(1尾53円)上昇した(出荷量も同一割増となった)。	築地市場でキロ2,500円の相場がつくなど、高級魚としての認知は高まりつつある。
室戸海洋深層水	高知県	高知県、室戸市高知海洋深層水企業クラブ	自治体及び任意団体	1995年(平成7年)事業用分水開始	平成7年の事業用分水開始以降、高知県内の企業を中心に平成16年11月現在で112社が関連商品の製造に取り組んでいる。商品の販売促進にあたっては高知海洋深層水企業クラブを中心に全国的な商談会に出展する等により図っている。	海洋深層水の供給元である室戸海洋深層水アクアファーム(室戸市海洋深層水推進課)ではISO14001、ISO9001も取得しているほか、水道法に準じた水質検査を毎月行い、海洋深層水そのものの安全性を確認している。また、利用企業においても、法令等で規格や基準の定めのある製品について厚生労働省の指定検査機関で年4回(法令上は年1回)の自主検査と室戸市への報告を行うなど、製品の安全管理、品質管理には徹底して取り組んでいる。	平成15年には関連産業の売上高(高知県内で製造された製品の出荷額)が135億円を超える。	
四万十ブランド	高知県	(財)四万十川財団 四万十川の保全及び流域の振興を目的とした財団法人	高知県(50%)及び四万十川流域8市町村(50%)出資の財団法人	2004年(平成16年)	審査をパスした商品については、このブランドのオリジナル・シールを貼付して消費者には、ア)原材料が四万十川流域で生産されていること、イ)四万十川流域内で生産されていること、ウ)四万十川の環境に配慮した生産が行われていること、オ)加工食品については、指定した食品添加物を使用しないこと、といった要件をクリアした商品であることをアピールし、他の商品との差別化やイメージアップを進め消費者の購買意欲を喚起する。 減農薬や無農薬栽培により生産され、認証基準をクリアする農作物、加工品(新商品)を取り上げることで、ブランド認証制度を通じたビジネスチャンスの創出を側面から支援する。 ホームページでの認証品についての情報発信や首都圏や近畿圏の大消費地に向けた大手新聞社の地域産品情報の紙面(割安PR枠)を活用した情報発信などを行う。	認証品の品質管理については、認証者の自主的な取り組みにゆだねてはいるが、認証制度の信頼性を失わせたり、消費者の信頼を裏切るような行為等があった場合は、認証契約の条項に基づき認証を取り消し、その旨を財団ホームページやマスコミへの情報提供などにより徹底的に情報公開することとしている。 申請のあった商品を認定する委員会には、商品アドバイザー(商品企画会社代表)が加わっており、単なる認証行為だけでなく、ポップなど商品のPRの方法や商品パッケージ等を含めた商品づくりなどについても、認証の通知に併せてアドバイスの指導なども行うこととしている。	今年度から認証が始まったばかり。	従来、特産品や土産物などは「四万十川」の名をつけて売り上げを伸ばしてきた。
八女電照菊	福岡県	福岡八女農業協同組合電照菊部会(JAふくおか八女電照菊部会)	農業協同組合	1956年(昭和31年)八女市忠見に「花き園芸組合」が結成される(菊生産農家29戸の内13戸が電照きく農家)	八女電照菊部会では、部会員から提供をうけた優良系統の更なる選抜試験を行っており、優良なものが育苗センターで増殖され毎年供給されている。	平成11年度に完成した「フラワーセンター八女」はJAふくおか八女の花きの主要施設として事業展開しており、八女電照菊部会では、検査体制を生産者による一次検査とJA職員による二次検査を行い徹底した品質管理を実施	平成15年度出荷量(実績) 菊275千ケース (1ケース約200本)	市場からの評価は高く、一般のものより高値で取引されている
豊前海一粒かき	福岡県	豊前海かき研究会	カキ養殖業者からなる任意団体	1998年(平成10年)	出荷するカキの選別や洗浄の徹底 商標登録の申請	持続的養殖生産確保法に基づく漁場改善計画を策定し、環境に配慮した養殖の推進を図っている。 豊前海一粒かきの出荷要領に基づき品質管理の徹底を図っている。	H4年度の生産額は221百万円に対し、H14年度は531百万円となり、2倍強に増加。	通常のカキの単価の200円/kgに対し、豊前海一粒かきは600~800円/kg。
博多人形	福岡県	博多人形商工業協同組合	事業協同組合	1975年(昭和50年)	伝統的工芸品であるため、(財)伝統的工芸品産業振興協会や福岡県主催の伝統的工芸品の展示会などに出品している。また、福岡市と共催で、東京での新作展や市内での展示・販売会を行っている。	博多人形である証として、商標登録されたマークをシールとして、商品に貼っている。毎年8月に行われる「博多人形新製品開発展」において、博多人形についての相談クリニックコーナーを設置し、来場者からの相談に応じている。	積極的に博多人形の振興を図っているが、需要が低迷しており、売上は前年より落ちている。	伝統的工芸品として、市場においても認知され、評価されている。
博多織	福岡県	博多織工業組合	事業協同組合	1976年(昭和51年)	伝統的工芸品であるため、(財)伝統的工芸品産業振興協会や福岡県主催の伝統的工芸品の展示会などに出品している。また、福岡市と共催で、東京での新作展や市内での展示・販売会を行っている。 博多織の新製品開発事業や販路共同開発事業等に対しては、福岡市が補助金を交付している。	商品には、品質表示シールや素材別の証紙(組合の登録商標付き)を添付している。	和装離れなどの需要の低迷もあるが、新製品の開発(HAKATA JAPAN)や積極的な振興により前年よりも売上が伸びている。 「HAKATA JAPAN」(1999~)は、地元のデザイナーによる新しいファッション感覚を取入れた新しき取り組み。国際見本市や東京でのショー開催、HPによる情報発信等を行っている。	伝統的工芸品として、市場においても認知され、評価されている。
主船司ブランド(センジブランド)	福岡県	ネクストステージ主船司(NSS) 周船寺商工連合会(センジショウコウレンゴウカイ) 周船寺地区の農業者 JA周船寺支店 福岡市	任意団体(周船寺地区の商業者・工業者・農業者の集まり)	2003年(平成15年)	1. 周船寺校区内生産物とする。 2. 人に安全な物産品と認められたもの (1)農業生産物 栽培履歴をつけ、安全に対し常に努力したと認められるもの (2)加工製品 A、農薬・添加物はできるだけ避ける B、できるだけ周船寺生産物を使用し、生産者の顔が見えるよう心がける C、遺伝子組み換え原材料は避ける D、生産工程の衛生検査を受け、安全に努力していること以上、認められたもの 3. 良質で美味しい産物と認められたもの 以上の選定基準を設け、ブランド選定委員会においてブランド認定を行う。 周船寺地域をはじめその他地域に発信。	ブランド認定されたものは、商品台帳を作成し、管理する。	今まで周船寺地域に住んでいながら、このような商品は知らなかった、という人に対して、認知度向上に役立っている。	

地域ブランド名	地域	生産(管理)主体	主体となる者の性格	取組み開始時期	商品の開発・販売促進、サービスの創出に関する取組み	商品・サービスの品質管理に関する取組み	取組みの効果	対象商品・サービスの社会的(市場)評価
唐泊恵比須かき	福岡県	福岡市漁業協同組合 唐泊支所	漁業協同組合	平成12年より試験養殖開始	市内のホテル、飲食店と連携した商品PRや常設直売所の開設、イベントへの出張販売など。	衛生管理指針を作成し、7項目の自主検査 細菌数(検体1gの一般細菌) E.coli最確数 V-TEC(A群毒素) SRSV(小型球形ウイルス) 麻痺性貝毒 下痢性貝毒 大腸菌群最確数 出荷前の滅菌海水処理(24h)	飲食店、百貨店等から取引の申し出がある。	近隣で生産される同様の商品と同じ価格で取引されている。
合馬たけのこ	福岡県	J A北九東部 合馬たけのこ出荷組合	農業協同組合	1985年(昭和60年) *ブランド化に向けて話し合いが始まった時期を記載している。	水煮缶詰用の加工原料が主体であった「たけのこ」を、生鮮野菜として地域の基幹作物にしていく。そのために、「たけのこ」の名産地である京都・大阪に出荷し、イメージアップを図る。	たけのこは、夏の天候によって翌春の収量・品質が大きな影響を受ける。そこで、除間伐を徹底して竹林内の日照量を確保し、保水力の高い粘質土で客土する。	京都・大阪でその品質が高い評価を受けている。 出荷期間が12~5月までと長期間出荷できるようになった。	京都・大阪市場では京都産に次ぐ価格で取引され、地元市場では他地域産品に比べ、2倍程度の価格で取引されている。
関門海峡たこ	福岡県	平松漁業協同組合(将来的には「関門海峡たこブランド協議会」を立ち上げたい)	漁業協同組合	2002年ごろ	各種イベントに参加しての直販。また独自のイベントを開催し、積極的に飲食店や、市民にアピール。	捕獲制限(大きさ、時期)を設定し、産卵用のたこつぼの設置(資源保護)、魚体を傷つけないたこつぼによる捕獲(品質の向上)。	他地域のタコより価格が上がるとともに、各種イベントへの参加が求められる徐々にブランド品としてのイメージが育っている。	一般のタコの1.5倍程度の価格で取引。
大川インテリア(OKAWA JAPAN)	福岡県	大川ブランド確立事業推進委員会 (財)大川総合インテリア産業振興センター (協)大川家具工業会 大川商工会議所 大川市役所	財団法人、産地組合、地元行政機関を含む合同協議機関	2004年~2006年(平成16年~18年)	a 人材育成 大川インテリア塾...経営者、デザイナー、高度熟練技術者及び木工家具作家養成の各コース設置による経営者意識改革、技術の向上、新規人材養成等 b 国内販路開拓 新規展示会及び見本市等への出展によるバイヤー獲得、効果的PR方法実施等...東京国際家具見本市や西日本トータルリビングショーへの出展支援、「華胄の夢博」開催、マステリアを活用したPR等 c 新ブランド開発・海外を視野に入れた販路開拓活動 ・海外市場の調査 ・インターネット・チャルモールによる商品オーダーシステムの整備 ・新規試作品開発 等	過去の大川家具ブランドシール等による地域ブランド化への取組経験を踏まえて、インテリア製品の分野によるデザイン、材質、加工・塗装技術、用途等に係る厳しい品質管理を検討中で、消費者のブランド価値の向上を第一義的に推進している。	最近10年間で半減した生産額のV字回復を図る。 数値目標は検討中。	大川家具 北欧家具、安価な中国製品を初め国内でも旭川などの家具産地の市場席巻により低迷が続く。
伊万里・有田焼(又は)有田焼	佐賀県	有田焼産地再生プロジェクトチーム 大有田焼振興協同組合 肥前陶磁器商工協同組合等の7事業組合 事業組合からの推薦企業7社 有田商工会議所 有田町(財)地域産業支援センター 佐賀県(新産業課、窯技センター)	任意団体	平成15年12月~ (産地再生プロジェクトチームの発足)	伊万里・有田焼地域再生計画の認定を受け、その中心となる地域雇用機会増大促進支援事業(プラス事業・厚生労働省所管)により、地域人材の育成やコンサルティング事業等を展開中	認証制度(製品に認証シールを貼付) 有田焼(佐賀県陶磁器工業組合) 製造過程で生じた廃材を再利用したエコポーセリン(大有田焼振興協同組合)	産地再生の取組がはじまったばかりでプロジェクトの効果は現れていないが、 ・究極のラーメン鉢プロジェクト(NHK BSで放映) ・機内食用の軽量強化磁器の大量受注 など明るい材料が多く見られるようになっている。	市場では高級和食器として評価されている。
さが特選ブランド	佐賀県	さが農産物ブランド確立対策推進協議会	農業団体及び県で構成する任意団体(負担率各1/2)	1987年(昭和62年)	パンフレット等の販促資材の作成 市場や小売店、ホテル、レストラン等での各種フェアの開催 テレビCMの制作・放映、情報誌等への掲載等を通じたパブリシティの実施。	産地、主要仕向先、品質等について選定基準を設定している。 ・佐賀牛の場合、肉質等級4等級以上かつBMS(脂肪交雑) 7以上と、全国の主要銘柄牛の中で最も厳格な規格を適用している。	平成15年の東京・大阪市場において、特選ブランド農産物全27品目中20品目が平均単価を上回って取引されるなど、高い評価を受けている。	「佐賀牛」を含む県産黒毛和牛は、平成15年の大阪市場において、出荷頭数、単価、5等級率(最高ランク)の全てで第1位となっている。
島原手延そうめん	長崎県	・長崎県(PR) ・(株)素兵衛屋(販売)	・地方公共団体 ・産地の主要生産者団体傘下の生産者等が出資した販売会社(株)素兵衛屋(公共団体の出資なし)	・PR:2001年(平成15年)1月 ・会社設立:2000年(平成14年)12月	県は主要産業である島原手延そうめんの危機的状況の中で、産地体制を一本化し、「島原手延そうめん」のブランド化や販路拡大を図ることが重要と判断した。産地で111名の生産者が集まり、品質を統一した新ブランド「手延素麺島原」は産地一本化の契機であり、これを支援することになった。 PR事業:テレビスポット、新聞広告、雑誌広告、テレビ企画番組放送、雑誌企画記事掲載 販売促進事業:試食宣伝、産地招へい	異物混入防止や麺の品質安定のため、設備の高度化を図るとともに、徹底した温度管理で行う「高度熟成法」を導入した。この結果、生産者ごとの麺品質のぶれがなくなり、ブランドの信頼感も向上している。 商品管理も徹底し、外箱や帯封の内側には番号を付し、当該そうめんの生産者が誰であるかが確認(販売会社のホームページにも生産者紹介)できるようになっている。	新ブランド「手延素麺島原」は、創立1年目の昨年度は350百万円であったが、今年度は850百万円を達成した。 「手延素麺 島原」以外のブランドも、「島原」の地域イメージ創出を活用して、首都圏等へ進出している。	原料や品質(異物混入防止のため業界一の集荷管理なども実施)にこだわっているため、割高な原価構成であるが、そのおいしさ、品質の高さが、コンビニ業界大手のセブンイレブンからも認められ、販売量の大幅な増加につながっている。
「波佐見焼」	長崎県	・波佐見焼振興会 ・波佐見陶磁器工業協同組合 ・長崎県陶磁器卸商業協同組合 ・他関係機関	・波佐見焼振興会(波佐見焼関連の産地体制確立のため組織された任意団体) ・他は事業協同組合	2001.7.23 長崎県陶磁器産業活性化推進本部設置	全国の一般家庭で使われる和飲用食器の生産を中心に発展してきたが、厳しい経営環境から脱却するため新たな需要開拓を推進するための新分野進出等に取り組んでいる。 ・学校給食用食器、建築資材、リサイクル、インテリア消費の開発等 ・商工連携した焼耐用の酒器の開発 ・インターナショナルギフトショーやインテリアトレンドショーなどに出席して、新たな需要開拓に取り組む。 ・工業組合の若手グループによる新しい波佐見焼の開発等	分業体制が確立されており、それぞれの生産過程の中で品質管理が図られている。	産地を訪れる客の数は確実に増加し、波佐見町を訪れた観光客数は平成15年度、12.6%増という高い伸びを示した。 ・各種事業の展開により産地全体が新たな取り組みに積極的となり、産地全体の活性化が確実に進展している。	これまで有田焼としての販売が主であったため、「波佐見焼」としての市場評価は、どちらともいえない。

地域ブランド名	地域	生産(管理)主体	主体となる者の性格	取組み開始時期	商品の開発・販売促進、サービスの創出に関する取組み	商品・サービスの品質管理に関する取組み	取組みの効果	対象商品・サービスの社会的(市場)評価
球磨焼酎	熊本県	球磨焼酎酒造組合 人吉商工会議所	酒類業組合法 による組合	大正12年	球磨焼酎株式会社において、統一銘柄の商品を製造、販売。 年4～5回、熊本県内及び大都市圏において販促イベントを開催。	焼酎かすりサイクル工場を地元自体と協同で建設し、海洋廃棄を全廃し、処理コストの削減を図っている。同工場は第3セクターの法人として運営している。	球磨焼酎のブランドとしての認知度が高まり、焼酎ブームと相まって順調に売れ行きを伸ばしている。	
黒川温泉	熊本県	黒川温泉旅館組合	旅館組合	昭和61年	・地元の小国杉の間伐材を利用した「入湯手形」を編み出し、それを活かすべく黒川温泉地域全体が協力し、共生した。	・黒川温泉旅館組合の組織体制として、環境部、広告部、研修部、企画改善部があり、それぞれ企画、協議、実践等事業内容を企画提案し、理事会もしくは毎月1回の全体会で決定し実行するようにしている。また、後継者、年配の者が一緒に会議、事業をする機会を多くとっている。		・観光客からのアンケートでいってみたい温泉等で上位に入り、温泉手形をお土産として購入する観光客があとをたない。
天草陶磁器	熊本県	天草陶磁振興協議会	任意団体	平成12年	従来、熊本県伝統工芸館で展示販売会を実施してきたが、平成15年度には九州地区での販路拡大を図るため、福岡市の百貨店でも展示販売会を実施した。	今後、天草陶磁器の統一ブランドを示すシールの貼付を予定している。	本渡市で実施した「大陶磁器展」には昨年より50%増の入場者があるなど、取り組みが浸透しつつある。	今年、福岡の百貨店で展示販売会を実施した時、担当者から天草陶磁器のバリエーションの多さなどに対して高い評価を得た。
ゆふいん 由布院 湯布院 (由布院町と湯平村が合併し、湯布院町となった。旧由布院町の温泉名、駅名等には由布院が使われている。)	大分県	由布院観光総合事務所 ・由布院温泉観光協会、 ・湯布院温泉旅館組合、 ・湯布院町、 ・地域住民 など	任意団体・事業 協同組合・自治 体・民間	1970年 (昭和45 年) ゴルフ場建 設反対運動	民間主導による地域づくり イベントは、住民が実行委員会を組織し実施。コンセプトがずれないように由布院観光総合事務所が、サポートする。 継続的な情報発信	外のカモ借りる ・映画、音楽など地元にはないものはよそから借りてくる。 ・観光協会と旅館組合が合同で設置している由布院観光総合事務所の事務局長を全国公募している。 (現事務局長は元東京都庁職員) など ゆふいん料理研究会 旅館、ホテルの料理人約70人で構成。互いのレシピの公開やアイデアの披露により、多様な客へ多様な対応ができる。	平成14年の観光客数は395万人、観光消費額は163億円となっている。 昭和37年の観光客数は38万人であり、40年間で観光客数は10倍となっている。	高い評価を得ており、地域づくりのリーダーである溝口薫平氏は国土交通省「観光カリスマ」に選定された。
宮崎牛、宮崎ハマユウボーク、環境循環型野菜、みやざきワントッチキュウリ、みやざきフレッシュグリーンアスパラガス、みやざき新たまねぎ、みやざき黒皮かぼちゃ、みやざき京いも、みやざき洋酒かぼちゃ、完熟マンゴ「太陽のタマゴ」、完熟きんかん、日向夏	宮崎県	・みやざきブランド推進本部 ・より良き宮崎牛づくり対策協議会 ・宮崎ハマユウボーク普及促進協議会		平成13年	たちみやざき産地は、「安全・安心な農畜産物は太陽と緑豊かなみやざきの大地から」を合い言葉に、新鮮で品質の確かな農畜産物を情熱と真心を込めて生産し、責任を持ってお届けすることにより、消費者の皆さまから真に信頼される産地をめざします。	・食の安全確保に留意した日々の生産活動に加え、2時間で残留農薬がチェックできる検査センターをはじめ、青果物検査員制度、国際基準のハセップ(HACCP)・ISO認定工場など、みやざきの農畜産物の安全性と品質の管理を徹底します。 ・毎日の生産活動の記帳・記録運動等を通じて蓄積した、生産に関する情報の公開にしっかりと応えていきます。 ・健全な土づくりや、減農薬栽培など特別栽培農産物の推進、太陽熱による土壌消毒など、宮崎の自然を活かした環境保全型農業に積極的に取り組みます。 ・食と農のふれあい交流会等を通じて、私たちの命の源である食の重要性、それを支える農業の大切さを積極的に情報発信し、食と農の距離を縮める活動を推進します。 ・消費者の皆さまの満足をゴールに、流通・小売関係者とのパートナーシップを大切に、自然豊かなみやざきの実りを顔の見える関係で食卓までお届けします。		宮崎牛は4等級以上のものだけに限られることから通常の黒毛和牛の価格よりも高値で販売されている
本場大島紬	鹿児島県	鹿児島県本場大島紬共同組合連合会	事業組合	平成15年度	鹿児島県の中心地で試着体験者が、紬を着て周辺を参加する。		試着をすることで、本場大島紬の良さを直に感じる事ができ、徐々にであるが、販路拡大へ繋がっている。 伝統的な大島紬以外の紬も紹介することで、おしゃれ着としての着用範囲を広げている。	
薩摩焼	鹿児島県	鹿児島県陶業組合	事業協同組合	平成14年度	テーマを設定し、酒器コーディネーターを提案する。 テーブルコーディネーターフェスティバルの開催		薩摩焼のコーディネートをすることで、いくつもの商品を組み合わせる購入する消費者が増えた。	
川辺仏壇	鹿児島県	鹿児島県川辺仏壇協同組合 (社)鹿児島県特産品協会	事業協同組合、 社団法人	1999年(平成11年)	新商品創出のための県外先進地研修・製品求評会、展示会等を実施 鹿児島県ブランドショップ(鹿児島店、東京店)での展示販売会を実施、消費者からの意見を収集。	外部から招いたデザインやマーケティングのアドバイザー及び特産品協会職員が使い手や売り手の立場からアドバイスし、品質のさらなる向上を図っている。	県主催の新ふるさと特産品コンクールに出品する意欲的な組合員が増え、受賞企業も出てきた。 県産品ブランドショップで販売するなど、製品に価値を付加した商品ができています。	
鹿児島の黒酢	鹿児島県	坂元醸造株式会社 鹿児島県天然つぼづり米酢協議会の事務局をもっている。	株式会社	昭和52年	昭和50年 弊社坂元社長(当時)が天然米酢を「黒酢」と命名 平成11年11月 鹿児島県天然つぼづり米酢協議会設立 平成3年2月 農林水産省の「ふるさと認証食品」に全国第1号で認証される 平成13年11月 全国食酢協会中央会へ「黒酢品質規格に関する要望書」を提出 平成16年6月 上記要望書を受けて農林水産省が「黒酢」のJAS規格を告示	「ふるさと認証食品」としての規格を設定し、鹿児島県庁・鹿児島大学・消費者代表から構成される判定委員会を設置し品質の向上に努めている 平成4年 品質管理・醱酵研究・機能性研究を主目的とする研究所を弊社福山工場内に拡張・新設	「黒酢の売上は対前年比百数十%の伸びでここ数年増加している。 「くろず情報館」を訪れる観光客は現在年間4万5千人	同様の黒酢と同程度の値段で取引されている。
加世田のかぼちゃ	鹿児島県	南さつま農業協同組合	農業協同組合	平成3年5月1日	消費地における市場・量販店等でのPR・販売促進活動を実施。	交配後60日以降の収穫を心掛け、「完熟かぼちゃ」を出荷する。	「完熟」にこだわった加世田のかぼちゃは、市場において高い評価を受けるとともに、県下産地で完熟生産への意識が高まった。	