

研究テーマ：地域ブランドの開発・育成による新規市場開拓に関する研究	
研究代表者（職氏名）：経営情報学部准教授 平野 実	所属：経営情報学部経営学科
共同研究者（職氏名）：経営情報学部教授 小見 志郎、同講師 栗島 浩二	

平成 18 年 4 月に商標法が改正され、地域ブランド商標に対する関心が高まっている。各自治体や産業支援団体の多くが地域ブランドの育成に注目している。本研究はこうした地域のニーズを鑑み、地域ブランドによる新規市場開拓に必要な要素とは何かについてマーケティング研究という立場から貢献したいと考えた。

まず、広島県における地域ブランド育成のためのニーズ調査を行い、各種のインタビューを通じて課題の抽出を行った。具体的には、地元で「チヌ」と呼ばれている黒鯛をつかったレトルト食品のアイデアがあり、それを商品開発したのち広島のブランドとして育てたいという広島県商工会連合会の企画に参画をした。第 2 に、市場調査の実施と商品開発のプロセスへの参加を試みるなかで、地域ブランド確立に必要な要素を探った。広島と東京で行われたビジネスフェアに参加し、実際に来場した流通業者、消費者に対してアンケート調査を実施した。第 3 にマーケティング研究における近年の議論を整理した。特に「ロングテール市場」や「食の安全・安心」「土産物・ギフト市場」に関する研究に注目をした。第 4 に、他地域における成功事例として島根県の試みを調査した。島根県では島根ブランドの戦略の一元化を図る目的で「ブランド推進課」という組織を有しており、主に「一元化」の重要性とこれまでの成果について、当該部署に対してインタビューを実施した。

本研究の要点は以下の通りである。

- 1、 製造企業、商工会連合会へのインタビュー
- 2、 地域ブランドの SWOT 分析
- 3、 市場調査事業（試食、イメージ調査の実施）
 - ・ 新規市場（消費者）に対するアンケート調査の実施
 - ・ 流通業者に対するアンケート調査の実施
 - ・ 新製品開発のプロセス分析
 - ・ 新製品開発時の課題抽出
 - ・ 営業戦略提案（ビジネスフェア等への参加）
- 4、 文献、資料調査
- 5、 成功事例研究
 - ・ 島根県庁への取材（島根県ブランド推進課の活動調査）
 - ・ 島根県特産品の調査
- 6、 研究報告書の作成（アンケート調査報告は広島県商工会連合会へ提出済み）

研究の到達点と今後の課題

最終報告を通じて、研究成果を実際の製品開発や営業現場へのフィードバックを行う予定であったが、実際の事業活動と研究期間が連動しないため、まだ不十分であるといえる。4 月より広島市内において、当該新製品「黒鯛めし」「黒鯛味噌」が発売となっており、売上の動向、消費者や流通業者の反応などを確かめる必要がある。したがって、研究期間終了後も引き続きマーケティング戦略の変更等で広島県商工会連合会との共同研究を継続中である。