

販売部門のブランドに関する考え方について(素案)

Q3. 販売品ブランドに対する基本的な考え方は?

マーケットインに基づき県域ブランド、地域ブランド等を分類化して消費者や実需者にとって魅力ある農畜産物のブランド確立に取り組む必要があると考えられます。



(1) 県域ブランド

集約できる品目は県域で集約し「熊本県産ブランド」としてロットの確保による有利販売を展開します。



また、県域で取り組む新たな品目を研究し、ブランド力強化を図ります。



今後、組合員・JAの要望を踏まえ、品目部門ごとに協議体等で具体的に取り組みを進めていくことに決定しました。



(2) 地域ブランド

地域の特性を活かした特産品・地域ブランド品は、その地域性、有利性を活かした販売推進の継続に取り組みます。



併せて、広域化が可能なものは産地拡大旧JA間及び産地間連携を進めます。



また、必要に応じ、商標登録や呼称、使用基準などを合併前から整備し明確にしておく必要があります。

(3) GIブランド等

GI登録产品等法的能力を有するブランドは、行政と連携し、地域ブランド同様、その地域性、有利性を活かした販売推進の継続に取り組みます。



また、新たに取り組む品目を研究し、ブランド力強化を図ります。

Q4. 県域JAになったらブランド使用はどうなるの?

今後、「くまもと農畜産物販売強化推進本部」等、関係する組織と連携し、品目部門毎に、その特性、有利性を鑑み県域ブランド・地域ブランドとして販売するもののルール作りや整理を行い、県内農畜産物の有利販売と消費拡大を目指します。



Q5. ブランドを活用した営業力・販促活動は?

県域JAでは、統一ブランドマークを旗頭に「くまもとブランド」の認知度向上と販促活動に取り組みます。マスメディアやSNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)等の効果的な活用による情報発信を行います。



また、産地特性を活かした商品並びに消費者ニーズに対応した商品の開発を強化し、民間企業との連携や販促活動の強化に取り組みます。

以上、県域JA構想に係る協議体では、このような素案を軸に協議がすすめられています。

この他、令和6年4月県域JA発足に向け、いろんな協議が行われています。

Q1. JAが取り扱う販売品のブランドとは?

「熊本県下統一ブランド」と各JAが地域の特性・有利性を活かした「地域ブランド」及び行政と連携し、地域ブランド同様、販売推進の継続に取り組む「GIマーク」※などがあります。



県下統一ブランド



地域ブランド



GIマーク

※GIマークとは?

登録された产品的地理的表示と併せて付せるもので、产品的地理的表示と地域との結び付きが見られる真正な地理的表示产品であることを証するものです。

GIマークは、地理的表示を使用する際に一緒に使用することができるものであり、登録されていない、または基準を満たしていない農林水産物等に本マークを使用することはできません。

Q2. 県域JAを見据えた 販売品ブランドに対する各JAの意見・意向は?

県域JA構想に係る協議体では、くまもとブランドの確立に関し、各14JAに対して意向調査を実施しました。

調査項目

- ① 県域ブランドとして新たに統一すべきもの
- ② 県域JA後も旧JAブランド・地域ブランドとして使用したいもの
- ③ 県域JA後もGIブランドとして使用したいもの



<JAへのアンケート結果>

調査項目	内 容	JA数	割合
ブランドの統一	統一が必要	4	29%
	統一を基本に旧JAブランドを併用	10	71%
既存(旧JA)ブランドとの棲み分け(複数回答有)	同種・同品目は統一	6	43%
	GI表示等法的能力を有するブランドは継続	4	29%
ブランドの統一の検討時期	旧JAが築いた取引先のものは旧ブランドを使用	5	36%
	令和5年4月～	6	43%
	令和6年4月～	5	36%

[JA意向調査の結果]

ブランドの統一は、統一を基本に旧JAブランドを併用したい。既存(旧JA)ブランドとの棲み分けは、同種・同品目は統一するもの、旧JAが築いた取引先のものは旧ブランドを使用したいという意見が多数を占めました。

以上、県域JA構想に係る協議体では、このような素案を軸に協議がすすめられています。

この他、令和6年4月県域JA発足に向け、いろんな協議が行われています。