

市区町村名	愛媛県大洲市	担当部署	産業経済部 商工産業課
		電話番号	(0893) 24-1722

1 取組事例名					
大洲ええモンセレクション認定制度					
2 取組期間					
平成24年度～（継続中）					
3 取組概要					
<p>大洲市で製造または加工される商品、収穫される農林水産物について、基準に適合する品質等を備えたものを「大洲ええモンセレクション」として認定し、地域を代表する産品として重点的に支援を行うことにより、認知度を高め、地域産品の流通拡大と地域産業の活性化を図るとともに、認定品を通して市全体のイメージアップを図る。</p>					
4 背景・目的					
<p>大洲は、豊富な農林産物、畜産物、川魚や山海の幸など、四季それぞれの豊かな食材や独自の風土・食文化等、他に誇れる沢山の資源があるが、対外的に大洲産品としての認知度は低い状況にある。</p> <p>このため、これら資源を選別し磨き上げ、広くPRすることで大洲産品の価値向上や販路拡大を推進し、産地の知名度・訴求力の向上を図り、地域産業の活性化を支援することを目的とする。</p>					
5 取組の具体的内容					
1 大洲ブランド認定制度検討会の編成（平成22年度）					
(1) 委員構成（行政関係者以外）					
加工品製造関係者、菓子製造関係者、農産品物関係者、水産物関係者、大洲商工会議所（商工会）					
(2) 開催実績					
22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度
1回	8回	1回	1回	1回	1回
2 大洲ええモンセレクション認定制度の創設（平成23年度）					
(1) 認定審査会の構成					
① 市外在住の専門家（5名）					
パイヤー、フードコーディネーター、パティシエ、メディア関係者等から委嘱					
(2) 認定品の状況					
	24年度	25年度	26年度	27年度	27年度末時点
申請件数	8業者20品	7業者16品	7業者12品	12業者24品	—
認定件数	7業者11品	6業者10品	5業者9品	9業者20品	16業者39品
注1）認定品の有効期間は3年で、有効期間満了による再認定、1業者が複数認定を受けている場合があり、積算は一致しない。					

### (3) 認定品の審査（基本スケジュール）

- 4月中旬～ 募集開始（大洲市HP・物産協会・各認定事業者等へ周知）
- 5月中旬～ 募集締め切り
- 7月初旬～ 認定審査会
- 7月下旬～ 認定品の決定
- 8月上旬～ 認定書交付式・認定品発表会

## 6 特徴（独自性・新規性・工夫した点）

審査の透明性や公平性、商品力に応じた評価を行うため、認定審査員は市外の有識者を登用した。

また、制度の趣旨に沿って焦点を絞り込むため対象商品を限定し、審査員の合議制による審査体制を整えとともに、基本理念及び認定基準を設定し明確にした。従来は、民間事業者が行う営利活動に対する行政支援は概念的な制限が強かったため、地域製品のブランド化による産業の活性化を切り口に支援の方向性を定め、行政は販路開拓や商品ブラッシュアップの機会提供を、認定事業者は商品規格やパッケージ改良等の商品力向上に努め、役割分担を明確にしてブランド構築へ向け官民一体となって取り組んでいる。

## 7 取組の効果・費用

認定品の申請件数は、平成24年度に開始してから年々増加する傾向にあり、不採択後に改良して再チャレンジする事業者があるなど、自社商品の信頼性や安全性を高めるとともに、官民一体となって大洲を代表する地域ブランドに育て、地域全体で効果を楽しもうとする意識の高まりを感じている。

具体的な効果としては、個別事業者では困難であった、展示販売会や商談会への出展、バイヤー等の専門家からマーケティング戦略や商品開発についてアドバイスを受ける道が開かれるとともに、地域ブランドとして取組むことでプロモーション活動など、相乗的な効果を生むことが可能になった。

平成27年度末時点で、認定商品は16業者39品となっており、一次産品・加工品・和菓子などバリエーションも多彩となっている。

#### ◇ 平成27年度 首都圏販路開拓支援事業及び認定品等供給力強化支援事業の実施

- ・首都圏販路開拓支援事業（財源；緊急雇用創出事業補助金）事業費15,989千円  
社員の処遇改善を図るため、商品力向上や販路開拓による業績向上を支援した。
- ・認定品等供給力強化支援事業（財源；地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金）  
事業費22,297千円 加工品の改良や機器等の導入による生産力の強化を支援した。

## 8 取組を進めていく中での課題・問題点（苦労した点）

認定事業者の経営形態（法人・個人）や規模、営業戦略（販売先・量等）に違いがあつて、一体的な事業展開でフォローしきれない部分があり、認定業者（企業・個人）や認定品ごとの特性（消費期限等）に応じた個別具体的な対策が必要である。具体的には、化学調味料の不使用など安心安全な商品づくり、原材料やカロリー表示を含めたパッケージ改良、内容量などの商品規格変更に必要な費用負担、帳合先など商流や物流への対応など様々であるが、刻々と変化する消費者ニーズに対応した商品づくりと販路開拓が課題である。このため、大手スーパー等の現役バイヤーを講師に招聘し、各種セミナーの開催や個別相談の実施等により、事業者のスキルアップや商品のブラッシュアップを進めるとともに、首都圏消費者ニーズ調査販売会を開催する等により事業者の資質向上に努めた。

## 9 今後の予定・構想

大洲ブランドの向上と定着により、大洲産品の価値の向上や販路拡大につなげ、農林水産物の生産振興と多角化、ブランド産品を素材とした加工製造品の高付加価値販売による産業振興を促進するとともに、一次産業従事者の所得向上や企業の経営力の強化を図っていく。

また、国指定重要文化財の指定を受けた歴史的・文化的な建造物、う飼い・いもたきなど独自の風土や食文化、豊かな自然環境や景観を活かした観光産業発展に向けた魅力の一つとして役立てたい。

## 10 他団体へのアドバイス

全国の県や基礎自治体が地域の生き残りをかけて食の取組みも激しさを増す中であって、地域の独自性や希少性が一つのキーワードとなっており、今ある資源を再評価する仕組みと、加工製造において独自の強みを生かしつつ、市場ニーズを反映させた商品開発が重要である。

## 11 取組について記載したホームページ

<http://www.city.ozu.ehime.jp/>