

特集：地域の力——静岡に学ぶ地域活性化のヒント

第4章 葵プレミアム —静岡アイテム発掘事業



辻本 元彦
静岡県中小企業診断士協会

1. 概要

「しずおか葵プレミアム」は静岡市が、地域性、独自性、希少性、地域素材、原材料へのこだわり、伝統的技法・製法、品質、物語性、市場性・将来性などの評価が高く、「静岡市ならではの数々の要件のうち2つ以上」をクリアしていることを選考の基準とし、さらにその製品が認定されることによる地域内外への波及効果を考慮するなど総合的に判断して、毎年地元の製品に対して認証するものである。静岡市のイメージアップと産業の振興のために平成21年より続けられている、企業の製品を発掘してブランド化するための「静岡市ブランド認証事業」である。

ブランドとは、アメリカ・マーケティング協会（AMA）の定義によれば、「ある売り手の財やサービスを他の売り手のそれとは異なるものと識別するための名前、用語、デザイン、シンボル、およびその他の特徴」である。しかしこれだけでは、財やサービスを識別し、差別化すること自体がブランドとして捉えられてしまい、一般的なブランドの概念とは一致していない。

そのため、さらにマーケティングと合わせて整理してみると、名前、用語、デザイン、シンボル、およびその他の特徴（これらを一括してブランド要素という）によって識別・差別化され、かつ、マーケティング活動によ

って、その意味や価値を明確化されたもの、構築されたものが、通常、我々が「製品ブランド」と呼んでいるものと言えるだろう。

製品開発は、技術力（あるいは伝統の技）をベースとした「モノづくり」であり、どのような、またどの程度の機能の製品を、どのような品質で作る、そしてどれだけの市場シェアを獲得できるのか（製品の市場化）が問題になる。

それに対して、ブランド構築は、上述のように「モノへの意味づけ」であり、「モノづくり」＝製品開発によって創出されたモノとしての製品を、消費者のどのような場面（使用場面）と関連づけ（マーケティング活動を通して）、どれだけ強い絆を築けるのが問題となる。

事業者が技術力を使って開発した製品を、静岡市の文化、自然、歴史などと融合させて、「静岡市ブランド」を構築するための選考基準として、次の7項目がある。

しずおか葵プレミアム認証基準

- ①静岡市ならではの製法又は技術により生産されること
- ②静岡市ならではの素材を原材料として生産されること
- ③静岡市ならではのアイデア又はこだわりがあること
- ④主として静岡市で生産されており、シティプロモーションに資すると認めら

れること

- ⑤機能性、外観又は味に優れる等他に誇れる高い品質を有していること
- ⑥安全で安心して消費することができ、かつ、環境に配慮されていること
- ⑦静岡市にちなんだ伝承、物語、取組又はエピソードを有していること

これらのうち2つを満たしていることが、葵プレミアム選定の土台とされる。

葵プレミアム認証数 平成21～25年度

	H21年度	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度
食品	3	5	6	5	7
酒	2	1	1	1	1
工芸品・雑貨品	5	6	3	4	6
合計	10	12	10	10	14

(1) ロゴマーク

ロゴマークとは、一般的には企業や商品を象徴するイメージなどを、図案化・マークにしたものである。企業などの組織の場合、コーポレートアイデンティティ(CI)の一環として、印象づけのために使われることもある。



平成21年に静岡市ブランド「しずおか葵プレミアム」の認証ロゴマークを公募したところ、全国から102人、152点の応募があり、審査の結果、藤枝市の新出睦さんの作品が認証ロゴマークとして決定された。

徳川家と縁の深い静岡市の歴史と伝統を「葵」の葉で表現し、その独特な形に富士山のシルエットを組み合わせることで、ひと目で「静岡市産」とわかるデザインとなっている。特にゴールドに色づけされた部分には「五つ星」の意味が込められており、静岡市ブランドがほかにはない「プレミアム」なものであることをアピールしている。

マーケティング活動 平成25年度実績

【静岡市内での展示会】

- JR 静岡駅構内駿府楽市「しずおか葵プレミアム展」(平成25年8月29日～9月5日)
- 「とびっきり! あさひテレビ祭り」での販売(平成25年9月28日～29日)
- 「しんきんフェア静岡2013」での販売(平成25年10月16日)
- 「第21回 静岡ヘリポート祭り」での販売(平成25年10月19日)
- 「第6回 清水みなと屋台まつり」での販売(平成25年11月23日～24日)

【静岡県外での展示会】

- 台東区2k540「しずおかクラフトマーケット」での販売(平成25年7月11日～16日)
- 第12回 静岡市の特産品東京展示会(平成25年10月16日～18日)

【HP 作成】

しずおか葵プレミアムHP: www.shizuoka-citypromotion.jp/aoipremium/

2. 葵ブランド認証品と企業

(1) 事例1: 食品

株式会社松木屋は、明治43年創業、法人として昭和63年に設立された、静岡市内でも有数の和菓子屋の老舗であり、創業以来一貫して和菓子の製造販売を専業で営んできた。

昭和50年代には、鷹匠本店、西脇店(工場併設)を中心に、市内のデパート地下銘店街などに積極的に出店し、売上高も1億円に迫るまでに成長した。

しかし、近年の消費者の低価格志向、若者の和菓子離れなどの影響による外部環境の変化により、売上の激減推移、さらには内部経営環境変化の結果として、苦しい経営が続いている。その中で、新商品開発とともに、既存商品のよりいっそうの充実に傾注している。

同社は朝生菓子主体の和菓子専門店、特に餅菓子に力を入れている。主力商品として、平成の初め以来、「いちご大福」を製造販売し、販売最盛期には月間全売上の7割を占めるほ

どの圧倒的な顧客の支持を受けている。しかし、いちごが採れる時期は、12月から5月初旬と限られており、「いちご大福」では、その期間以外はお客様の要望に応えることができていない。

既存商品の中で「いちご大福」の次の商品になっている「うさぎ餅」は、期間限定ではなく、四季を通じての朝生商品である。

「うさぎ餅」は、江戸時代に静岡市葵区古庄の地（現在も同地には記念碑がある）で生まれ、安倍川餅・追分羊羹と並び称された駿河三大名物銘菓である。

薄皮の餅に小豆餡を包んで、満月の焼印を施したもので、その昔、この餅菓子を売っていた茶店の店先で飼っていたうさぎが菓名の由来となっている。うさぎ餅は、文化文政時代（1804～1829）の頃に活躍した狂歌師・大田南畝（1749～1823）の歌によって評判になり、「駿河の国の名物」となったとのこと。

その後は時代とともに変遷し、しばらくの間、製造元が見つからず、姿を消す時期もあった。このことを憂いた市内の百貨店が、平成6年に「古庄うさぎ餅」の商標登録を得て、かねてから百貨店に和菓子を納品していた松木屋に製造を託したことから、うさぎ餅が復活することになり、現在に至った。

同社では、駿河三大名物の1つを絶やさぬようにという強い思いを込め、以前に販売していたお店から譲り受けた焼印を使用して、焼印の焦げ目とさっぱりとした上質の餡とのバランス加減を売り物の1つとし、静岡市のお土産、しずおか葵プレミアムとして、これからも伝承を継続していくとのことである。

株式会社松木屋
〒420-0839 静岡市葵区鷹匠3-1-7
TEL：054-252-1704
しずおか葵プレミアムの担当
専務取締役 松木伸公
うさぎ餅 希望小売価格（税込）
単品：110円 6個入り：680円

(2) 事例2：酒

株式会社駿河酒造場は、平成12年創業のまだ新しい酒造場である。その中で「忠正」は、駿河酒造場創業のずっと以前、江戸時代より現在まで250年の長きにわたり、静岡で愛され育ってきたブランドである。

江戸末期、明治初期には、政治家・剣客の山岡鉄舟（1836～1888）をはじめ数多くの要人たちが、駿府の城下町で夜な夜な飲み交わしたと伝えられている。

しずおか葵プレミアムに認証された忠正大吟醸は、静岡の歴史には欠かせず、静岡の顔とも言える安倍川の、酒造りには欠かせない豊富で、良質、やわらかな地下水をその恵みに感謝しつつ使用し、酒米の玉糠「山田錦」を40%まで磨き上げ、静岡酵母によって醸造している。駿河酒造場がこれまでに継承してきた伝統の技術と情熱を最大限に発揮し、愛情たっぷりに、手づくりで一滴一滴を醸し出した最高峰酒である。

日本の伝統文化、酒造りの厳しさと静岡の気候のような穏やかでやさしい上品な味わいのバランスをぜひとも楽しんでもらえたら、とのことである。

株式会社駿河酒造場
〒422-8044 静岡市駿河区西脇25-1
TEL：054-288-0003
しずおか葵プレミアムの担当
製造部責任者 萩原大吾
忠正大吟醸 希望小売価格（税込）
720ml：3,355円 1800ml：6,284円

(3) 事例3：工芸品・雑貨品

株式会社静玄は平成20年の創業である。ネットショップ「げんき堂」を販売チャネルに、静岡名産のお茶関係の商品を販売してきた。

平成24年度のしずおか葵プレミアムに認証された「うるわし茶箱」は、富士を仰ぎ月を愛でながら、ゆっくりと静岡茶を堪能してほしいという思いを込めて作られた茶器揃いである。

同社は、新しい商品づくりを目指す静岡市の産業振興協会が主催する「つなぐデザイン」に参加する過程で、デザイナーの鈴木啓子氏（アトリエ す）と試行錯誤しながら、この「うるわし茶箱」を創作した。

茶器揃いをコンパクトに収めることができ、静岡らしさをモダンに表現したデザインと、駿河ならではの伝統技法を活かした職人技が美しく調和し、繊細に竹を編んだ三日月と木目を揃えた重箱は一品ものである。

富士山型の紋出器の内側には、静岡市の花タチアオイが刻印され、徳川家の家紋「三葉葵」をモチーフにした湯呑で、静岡の話題にも花を咲かせながら、静岡のお茶にも親しんでいただけるように、という思いが込められている。

静岡ならではの伝統技法に包まれた茶器揃いで、美しいお茶の時間のおもてなしの演出にも贈り物にも「うるわし茶箱」を活用してもらいたいと、東京の展示会、市内の百貨店に販路を拡大している。

株式会社静玄
〒420-0866 静岡市葵区西草深町6-34
TEL：054-266-4288
しずおか葵プレミアムの担当
代表取締役 柳澤秀美
うるわし茶箱～月見～希望小売価格
38,000円（税別） サイズ 150×150×175mm

3. 地域ブランドとしずおか葵プレミアム

初めに、しずおか葵プレミアムは平成21年度より続いていると書いたが、今年度（平成27年3月）においては選定されない。5年間で総数56品となり、多くなってきたブランドを整理するためとのことで、廃止は考えていないし、すでに認証済みのブランドは継続されているとのことであった。

確立されたブランドが持つ「何もしなくても顧客を引き寄せる力」は、それ自体が目に見えない資産であり、市場価値を持っている。

しずおか葵プレミアムに認証された商品は、展示会への出店やHPでの掲載、市の広報への掲載などの販売・マーケティングの受益があるが、ブランド自体が「何もしなくても顧客を引き寄せる力」を持つとは言えない。

今回、ブランドの整理（見直し）を図るのであれば、しずおか葵プレミアム自体を育てていくために、まだ価値のない状態の現在、きちんと商標登録をして商標権を取ってしまっってはどうか。

平成18年4月より「地域団体商標制度」がスタートしており、地域の名称（しずおか）と商品（葵プレミアム）の名称などからなる商標について、地域に根ざした団体（事業協同組合など※平成26年8月より商工会、商工会議所、NPO法人が追加される）がその構成員（しずおか葵プレミアムに認証された市内中小企業）に使用させる商標であって、広く知られているとき（全国的に広く知られていなくても、たとえば隣接都道府県に知られていれば要件を満たす）、地域団体商標として商標登録を受けることができる。

商標登録は、商標の使用を独占でき、模倣品を減らす効果以外にも、PR効果、イメージアップ効果、構成員のモチベーションアップにもつながり、さらにかんがりの低コストが期待できる。

認証事業者さんたちの「マイナス面はないけれど、あまりプラス面（認証受益者利益）も感じない」という負の疑問も、未来に向けて商標の価値を無限大に育てていく「しずおか葵プレミアム」に対する静岡市の本気度が打ち消してくれるだろう。

辻本 元彦

（つじもと もとひこ）

立命館大学経済学部卒業後、株式会社ダイエーでGMS：郊外型百貨店：関連会社（出向）、株式会社エンチャーに勤務後、平成19年1月すんぷ経営事務所開業。平成24年1月すんぷ経営辻本社会保険労務士事務所開業。社労士業全般と商業経営全般、製造業の製品市場化コンサルティングを行う。

