

令和 4 年度とちぎ 6 次産業化実践セミナー
第 2 回講座実施状況について

【日 程】 令和 4(2022)年 8 月 23 日(火)、午後
【会 場】 とちぎアグリプラザ
【参加者】 11 名
【テーマ】 6 次産業化の商品開発と販売戦略
【講 師】 栃木 6 次産業化実践アドバイザー
事業戦略構築研究所 A X 代表 高木響正 氏

【講座概要】

フランスの「テロワール」の概念や消費ニーズの二極化(大衆市場と個別市場)などを踏まえ、ブランド化の方法や売り場&商品デザインなどの講義を高木代表から受けた。

「テロワール」とは、地域の原材料を、地域の人々の知恵とワザで加工し、食文化と生活文化を誇りを持って周囲に発信することであり、おのずと周囲の人々はこの地域に集り、その地域の商品が欲しい人が他から来るようになる。

商品計画の差別化戦略の事例として、使用方法に特化した「寿司とワイン」、全く別の機能を備えた商品「四角いスイカ(食用から飾り物)」、「風呂用バラのセット(鑑賞から生活用)」、規格外や廃棄の「無駄」から「有効」な商品に仕立てた「柿のミルフィーユ」がある。

ブランド化の手段としては、管内唯一のものにする、他社の追随を許さない品質管理、売り方を考え信頼できる業者にのみ売ることが大切である。

また、ブランド品は「見せ筋」と「売れ筋」を考える。「見せ筋」となる高価なブランド品で客を呼び込み、手の届く価格帯の商品「売れ筋」を売る。買いたい人に来てもらうことが重要である。

