

**農林水産物・食品の地域ブランド化の推進に向けて  
(地域ブランドワーキンググループでの議論の状況)**

平成20年2月

農林水産省知的財産戦略チーム

# 目 次

はじめに(問題意識)

「地域ブランド化」の取組状況と問題点

農林水産物・食品の地域ブランドの目指すべき姿

農林水産物・食品の地域ブランド確立の取組課題

終わりに(各地域の取組への期待)

(参考)地域ブランド確立に向けての支援

# はじめに(問題意識)

## 地域ブランドワーキンググループの議論の目的

農林水産物・食品は、気象・自然条件や歴史・文化等の地域性を強みにできるもの

「地域ブランド化」の取組が各地で盛んに  
…しかし、**成功例ばかりではない！**

地域ブランドワーキンググループとして、

**目指すべき「農林水産物・食品」の「地域ブランド」の姿**

**を目指すに当たっての取組課題**

を提示

これらを明らかにして、**関係者の共通認識へ！**

## (参考) 地域ブランドワーキンググループ

### 地域ブランドワーキンググループとは

農林水産省知的財産戦略本部の専門家会合の下に、農林水産物・食品における目指すべき「地域ブランド」の姿等について議論するため、**地域ブランドワーキンググループ**を設置。

**設置日:**平成19年9月11日  
(第6回農林水産省知的財産戦略本部)

**メンバー:** 下線部が座長。

#### 委員(農林水産省知的財産戦略本部専門家会議委員)

大木美智子 (消費科学連合会会長)  
金子 和夫 ((株)日本総合研究所上席主任研究員)  
土肥 一史 (一橋大学大学院国際企業戦略科教授)  
滑川恵理子 (サンケイリビング新聞社編集制作局編集企画部担当部長)  
野村 泰夫 (福岡県農政部長)

#### 専門委員

伊藤 秀雄 (有限会社伊豆沼農産代表取締役社長)  
伊藤 房雄 (東北大学大学院農学研究科准教授)  
尾園 春雄 (社団法人全国木材組合連合会専務理事)  
指田 和人 (全国農業協同組合連合会大消費地販売推進部長)  
四方 平和 (社団法人農林水産先端技術産業振興センター調査広報部長)  
佃 朋紀 (財団法人魚価安定基金業務部総括)  
永沼 誠一 (夕張市農業協同組合代表理事組合長)  
長谷川潤一 (社団法人食品需給研究センター調査研究部主任研究員)  
波積 真理 (熊本学園大学商学部教授)

### ワーキンググループにおける議論の状況

平成19年11月12日に第1回会合を開催。

#### 第1回会合の概要:

##### 議題

農林水産物・食品の地域ブランドをめぐる現状  
地域ブランドの取組課題

##### 議論の概要

ブランド・地域ブランド等の定義、行政の関わり方等を議論。

#### スケジュール:

##### 第2回会合(2月1日)

取りまとめ方向についての議論

##### 第3回会合(3月7日)

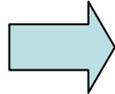
報告書案についての議論

ワーキンググループとしての報告書案取りまとめ

# 農林水産物・食品における地域ブランド展開のイメージ

(平成19年度)

地域ブランドWGにおける議論(2月中に取りまとめ)



目指すべき「地域ブランド」の姿と取組課題の明確化

共通認識化

(平成20年度～)

食と農林水産業の  
地域ブランド協議会

地域ブランド化の取組主体  
とそれを支援する人々等が集  
まり、  
有益な情報やノウハウを  
交換  
支援を受けたい者と支援  
者をマッチング  
できる場を設定

各地域の主体的取組

農林水産物・食品地域  
ブランド化支援事業  
(平成20年度新規予算)

モデル的地域を3年間継  
続して支援(地域ブラン  
ド化プロセスを一貫して  
アドバイスを行うプロ  
デューサーの派遣、生産  
体制の整備や品質管理の  
ための支援等)

政府全体・農林水産省の  
関連施策

真に力のある「地域ブランド」  
を広範に創出!

# 「地域ブランド化」の取組状況と問題点

# 「地域ブランド化」の取組状況

各地で、農林水産物・食品の「地域ブランド化」の取組が活発に

## 地域団体商標制度

「**地域名**」+「**商品名（役務名）**」

のみからなる文字商標を保護

要件

出願人が組合等の団体であること  
（農協、漁協、商工組合等）  
地域名と商品（役務）に密接関連性があること  
使用による一定程度の周知性があること 等

## 地域団体商標の現状

【出願状況(平成20年1月8日現在)】

**総出願件数 780件**

(うち農林水産物・食品 529件)

【登録査定状況(平成20年1月22日現在)】

**登録査定総数 342件**

(うち農林水産物・食品 187件)

商標	出願人	都道府県
十勝川西長いも	帯広市川西農業協同組合	北海道
たっこにんにく	田子町農業協同組合	青森県
小田原かまぼこ	小田原蒲鉾水産加工協同組合	神奈川県
加賀みそ	石川県味噌工業協同組合	石川県
飛騨牛乳	飛騨酪農農業協同組合	岐阜県
松阪肉	松阪農業協同組合 他	三重県
京つけもの	京都府漬物協同組合	京都府
関さば	大分県漁業協同組合	大分県
知覧茶	南さつま農業協同組合	鹿児島県
沖縄そば	沖縄生麺協同組合	沖縄県



関あじ・関さば



仙台みそ

# 地域団体商標MAP

平成20年1月31日までに登録査定された商標(348件)

## 海外

【イタリア国】  
PROSCIUTTO DI PARMA

## 九州

【大分県】  
閑あじ  
閑さば  
大分麦焼酎  
大分むぎ焼酎  
豊後別府湾ちりめん  
豊後牛  
日田梨

【福岡県】  
博多人形  
博多織  
小石原焼  
合馬たけのこ  
上野焼  
八女提灯  
八女茶  
福岡の八女茶

【熊本】  
球磨焼酎  
黒川温泉  
阿蘇たかな漬  
熊本名産からし蓮根  
天草黒牛

【鹿児島県】  
かごしま知覧茶  
知覧茶  
本場奄美大島油  
本場大島油  
薩摩焼  
川辺仏壇  
知覧紅  
かけるまきび酢  
鹿児島黒牛

【長崎県】  
長崎カステラ  
五島うどん  
五島手延うどん

【宮崎県】  
宮崎牛  
宮崎ハーブ牛  
宮崎の本格焼酎  
北浦灘アジ

【佐賀県】  
神埼そうめん  
佐賀のり  
伊万里梨  
佐賀産和牛  
小城羊羹

## 沖縄

【沖縄県】  
石垣の塩  
沖縄そば  
首里織  
琉球びんがた  
琉球泡盛  
本場久米島油  
沖縄黒糖  
八重山かまぼこ

## 四国

【香川県】  
庵治石  
【愛媛県】  
真穴みかん  
西宇和みかん  
菊間瓦  
西条の七草  
今治タオル  
道後温泉  
宇和島じゃこ天

【徳島県】  
清東ねぎ  
なると金時  
徳島唐木仏壇  
鳴門わかめ  
【高知県】  
土佐打刀物  
四万十川の青のり  
四万十川の青さのり  
徳谷トマト

## 中国

【広島県】  
福山琴  
広島みかん  
広島はっさく  
広島酒  
府中家具  
広島かき  
高根みかん  
広島レモン

【山口県】  
下関うに  
北浦うに  
長門ゆずきち  
厚保くり

【島根県】  
石州瓦  
しまね和牛

【鳥取県】  
三朝温泉  
東伯和牛  
東伯牛

【岡山県】  
岡山白桃  
千屋牛

## 中部

【石川県】  
金沢仏壇 七尾仏壇 加賀みそ 山代温泉 和倉温泉  
大野醤油 加賀友禅 山中温泉 粟津温泉 美川仏壇  
片山津温泉 牛首鮎金沢箔 九谷焼 輪島塗 中島菜  
能州鮎 田鶴浜建具 加賀時絵 小松瓦 加賀野菜  
加賀太きゅうり 加賀れんこん 能登牛

【岐阜県】  
岐阜提灯 飛騨一位一刀彫 下呂温泉 飛騨牛乳  
山岡細寒天 美濃焼 飛騨ヨーグルト 飛騨高原牛乳  
飛騨春慶 飛騨アイスクリーム 飛騨牛 郡上鮎  
飛騨のさるぼぼ みずなみ焼 飛騨の家具  
飛騨・高山の家具

【三重県】  
松阪牛 松阪肉 大内山牛乳 伊勢茶 伊勢たくあん  
伊勢ひじき 伊賀くみひも

【愛知県】  
三州瓦 常滑焼 有松鳴海絞 三河木綿 豊橋筆  
名古屋仏壇 一色産うなぎ

【富山県】  
入善ジャンボ西瓜 黒部米 高岡仏具 高岡銅器

## 北海道

【北海道】  
十勝川西長いも  
鶴川ししゃも  
豊浦いちご  
はほまい昆布しょうゆ  
虎杖浜たらこ  
大正メークイン  
大正長いも  
大正だいこん  
苫小牧産ほっき貝  
幌加内そば  
ほべつメロン

## 東北

【青森県】  
たっこにんにく 嶽きみ  
大間まぐろ  
【福島県】  
土湯温泉  
南郷トマト

【秋田県】  
秋田由利牛 比内地鶏 秋田諸越 白神山うど

【山形県】  
平田赤ねぎ 刈屋梨 米沢織 米沢牛 山形佛壇  
山形おきたま産デラウエア

【岩手県】  
いわて牛 いわて短角和牛 南部鉄器 江刺りんご  
真崎わかめ

【宮城県】  
仙台味噌 仙台みそ 仙台牛 仙台黒毛和牛

## 関東

【栃木県】  
本場結城紬 塩原温泉  
【茨城県】  
本場結城紬 笠間焼

【埼玉県】  
岩槻人形 草加せんべい やはたいも 甲州手彫印章  
【山梨県】  
甲州手彫印章

【新潟県】  
小千谷縮 小千谷油 新潟清酒 安田瓦 新潟茶豆

【群馬県】  
高崎だるま 上州牛 伊香保温泉 草津温泉 十石みそ  
桐生織

【長野県】  
市田柿 信州鎌 蓼科温泉 飯山仏壇 木曾漆器

【千葉県】  
房州びわ 八街産落花生 市川のなし 市川の梨  
富里スイカ 矢切ねぎ

【東京都】  
福城の梨 江戸甘味噌 江戸押絵羽子板 江戸甲冑  
江戸衣裳着人形 江戸指物 江戸木目込人形  
江戸木版画 江戸切子 江戸からかみ 東京銀器

【神奈川県】  
小田原蒲鉾 小田原かまぼこ 松輪サバ 湯河原温泉  
足柄茶 横濱中華街

【静岡県】  
駿河湾桜えび 由比桜えび 焼津鯉節 丹那牛乳  
三ヶ日みかん 川根茶 静岡茶 駿河漆器 沼津ひもの  
掛川茶

## 近畿

【福井県】  
越前漆器 越前竹人形 越前瓦 若狭かれい 若狭塗箸 越前が  
若狭くじ 若狭ぶく 越前打刀物

【滋賀県】  
雄琴温泉 近江牛 琵琶湖産鮎 信楽焼

【兵庫県】  
豊岡鮎 灘の酒 淡路瓦 豊岡柶柳細工 城崎温泉 龍野淡口醤油  
明石鯛 加西ゴールデンベリーA 播州毛鉤 三田牛 三田肉  
須磨海苔 神戸ビーフ 神戸肉 神戸牛 播州そば 但馬牛  
但馬ビーフ 淡路ビーフ 有馬温泉 播州織

【大阪府】  
大阪欄間 和泉木綿 泉州タオル  
泉州水なす 大阪泉州桐葉筒 大阪仏壇  
堺刃物 堺打刀物

【京都府】  
京あられ 京おかき 京仏壇 京人形 間人ガニ 舞鶴かまぼこ  
京石工芸品 鴨川納涼床 京つゆのめ 京漬物 京都名産すくき  
京都名産千枚漬 北山丸太 京雛 京印章 京仏具 京くみひも  
京黒紋付染 京房ひも 京甲冑 京仕立 京表具 京小紋  
京友禅 西陣爪搔木綴織 西陣御召 西陣金襴 京鹿の子絞  
京扇子 京うちわ 京味噌 京念珠 宇治茶 京鮎 京せんべい  
京都肉 京石塔 京都米 京の伝統野菜 京とうふ 京たんご梨  
京菓子 詠茶染 湯の花温泉 京焼 清水焼 京たたみ 北山杉

【和歌山県】  
紀州うすい しもつまかん 有田みかん  
和歌山ラーメン 紀州備長炭 紀州筆筒  
紀州みなべの南高梅 すさみケンケン鯉  
紀州梅干 南紀白浜温泉

【奈良県】  
高山茶釜 吉野材 吉野木葛 吉野葛  
大和肉鶏 吉野杉 吉野松

# 農林水産物の地域ブランド形成の経緯

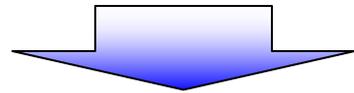
農林水産物は、本来多品種・少量生産であり、自然条件に左右され、規格化になじまないもの。

しかし、戦後、大型産地の形成、スーパーマーケットの台頭、コールド・チェーン等の物流の発達

製品の形状・品質の規格化が進展

その中で、規格化されて大量生産される「ブランド」商品も登場

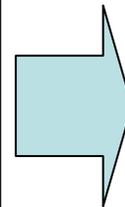
(とよのか(いちご)、桃太郎(トマト)等)



(1990年代～)

農林水産物の自由化・価格の低迷、  
消費者の高品質志向等  
従来商品と差別化する取組の発生

物流の変化と情報化の進展  
マーケティング方法の変化



収益向上・販路拡大  
を目指す動きとして、  
「地域ブランド化」

# 地域ブランド化に期待される効果

## 農林水産物・食品の地域ブランド化

### 取組主体から見た効果

生産者がマーケティング意識を高める

**農林水産業者の収入の安定、  
地域の農林水産業の発展。**

食品加工、観光産業等の他産業と連携して、「地域」自体をブランド化  
**地域経済が活性化。**

産地としてまとまって活動  
**地域コミュニティの再生。**

### 消費者から見た効果

消費者の信頼を勝ち得た地域ブランド化の取組

**生産者の顔が見え、信頼できる商品が増加。**

地域の独特の食材や料理の発信  
**「食」への関心を惹起。我が国の食文化の発展。**

地域の産品が消費者に認知  
**「地域」への関心が高まり、「食べてみたい」、「行ってみたい」との動機が発生。豊かな生活が実現。**

## 多くの効果が期待される！

# 地域ブランド化の取組の事例

## 【馬路村のゆずジュース（高知県）】

林業の村において、ゆずの生産・ブランド化販売により地域が活性化。

- ・ ゆずの生産量が拡大（耕作放棄地なし）  
1975年の95トンから2006年の700トンに
- ・ ゆず加工品の売上高上昇  
1994年の12億円から2006年の33億円に
- ・ ゆず加工工場が雇用の場に  
従業員数が1980年の2人から2006年の72人に
- ・ 観光客が増加  
1993年の5万人から1996年の8万人に（視察は年間300）
- ・ 若者が増加



## 【あのりふぐ（三重県志摩市）】

天然のトラフグは、かつては下関に運ばれてから出荷されていたが、地元で食べてもらうブランド販売戦略をとり、地域の観光業等の活性化にもつなげた。

- ・ 産地市場での単価向上  
他地域に比べ、1kg当たり  
500～1,000円程度単価  
が向上
- ・ 地元の旅館や飲食店に  
出荷。冬場の観光客が増加



## 【たっこにんにく（青森県田子町）】

生産量の増加と品質向上を実現し、ブランドとして定着。

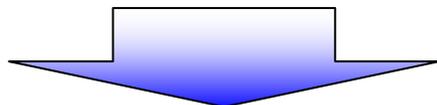
- ・ 小売価格一個480円～580円の高価格を実現
- ・ 地元のんにく加工の生産額の増加  
売上げが1994年の2,000万円弱から2003年に5億円弱に
- ・ 田子産の他の農産品の  
ブランドイメージが向上



## 地域ブランド化をめぐる問題点

農林水産物・食品の地域ブランド化は …

地域の特徴を発掘して生産体制を整え、品質や名称の管理を行いながら戦略的に販売していくとの一連のプロセスを経て作られていくもの



**しかし…** ~ 既存の取組は成功ばかりではない ~

- マークを付けたたり、認証することで事足りりとなっている。
- 地域団体商標はとったが、その後の取組が不十分。
- 名称の使用範囲をめぐる調整が難航する。
- 良いものはあるが、どう売ればよいか分からない。
- 名前は有名になったが、品質と量が安定しない。
- 消費地からの評価に関心が薄い。
- また、「地域ブランド」への信頼を揺るがす事態も発生。

# 農林水産物・食品の地域ブランドの目指すべき姿

## 「ブランド」に求められるもの

「ブランド」は単なる「マーク」ではない！  
「ブランド」に、他の商品と異なる「価値」を認めて  
もらう必要。

### 真の意味の「ブランド」とは？

「もの」の価値(商品本体の価値:品質など)を備え、  
他の商品・サービスと差別化することを意図し  
た情報(名称、デザイン等)を付した商品・サービス  
であり、

の「もの」の価値と 情報の組み合わせ  
に対し、消費者が良いイメージを抱き、信頼を  
置いているもの

# 「地域ブランド」と「地域ブランド化」

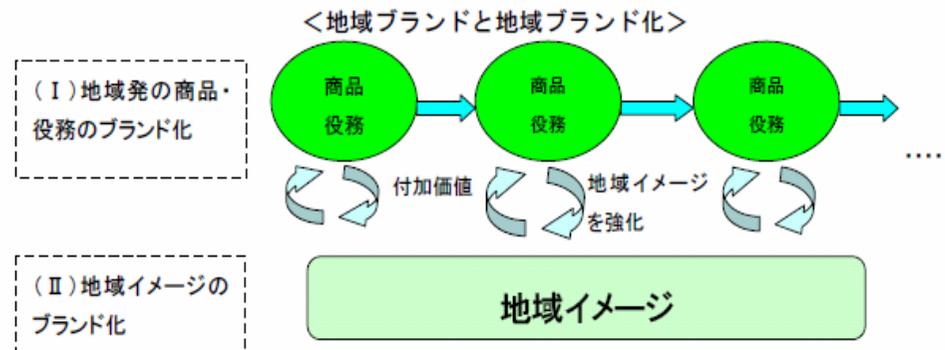
「地域ブランド」とは・・・

**「地域」と結び付きのある「ブランド」**

(「地域ブランド化」の取組によって生み出されるもの)

「地域ブランド化」とは・・・

地域の事業者が協力して、事業者間で統一したブランドを用いて、  
当該地域と何らかの(自然的、歴史的、風土的、文化的、社会的等)関連性を有する  
特定の商品の生産又は役務の提供を行う取組み



地域独自の条件の中で、創意工夫を重ねて生まれてくるもの  
取組のパターンは様々

# 農林水産物・食品の地域ブランドの目指すべき姿

「ブランド」や「地域ブランド」  
の実質的な意味

何のための「地域ブランド」?  
…農林水産業等の競争力  
強化や地域活性化のため

農林水産物・食品の地域ブランドの  
目指すべき姿とは？

次の4要件を満たしたものの

## 「『もの』の価値」の確立

…食味、栄養、新鮮さ等の品質

## 地域との関連性、地域の人々の愛着

…自然的、歴史的、風土的、文化的、社会的等  
関連性(つながり)

**適切な表示やパッケージデザイン、  
マーケティング戦略等の売り方の工夫**

…『もの』の価値や地域との関連性を伝える

**消費者の信頼を裏切らないブランド管  
理(品質・表示の面)**

…「ブランド」とは消費者の信頼により成り立つ  
ことを認識

# 農林水産物・食品の地域ブランド確立の取組課題

## 地域ブランド化に当たっての農林水産物・食品の特徴

「目指すべき姿」に向けては、様々な取組課題が存在。  
その解決に当たっては、農林水産物・食品の特徴を踏まえることが必要。

### 農林水産物・食品の特徴

#### (食品としての面)

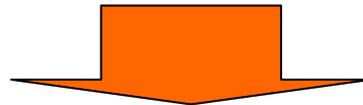
基本的な価値(食味、栄養、新鮮さ等)が外見からわかりにくい  
機能や品質において大きく変化した新たな商品を生み出すのが難しい

#### (生産面)

品質が自然条件に左右され、規格化が難しい  
供給主体が小規模であり、供給量の確保が難しい

#### (流通面)

農林水産物の現場と消費者が互いに見えにくい関係



これらを踏まえた取組課題とは？

# 農林水産物・地域食品における地域ブランド化のプロセス

全体を見通した、一貫した戦略

商品の地域ブランド化の検討 → 流通・販売 → 生産体制・品質確立 → 継続・発展

外部(専門家等)の視点も踏まえ、「地域の現状・課題」と「商品と自然、歴史等地域の結びつき」を再認識

「もの」の基本的な価値(食味、栄養等の品質)の明確化

目指す方向の明確化と戦略の確立

継続的な取組体制の整備

商品の対象等ブランドコンセプトを明確にした販売戦略

デザイン・アピール方法等消費者に情報を伝える方法の工夫

使用基準の策定や商標権の取得等、名称・マークの管理

生産量の確保、技術の標準化等、生産体制の整備

栽培基準や出荷基準の作成等、出荷・生産に当たっての品質管理

継続的なブランド管理

取組の検証、効果の確認

(必要に応じ)商品の改良、関連商品の開発等

取組を担う人材の育成

取組主体における推進体制

### (商品の地域ブランド化の検討段階)

地域の農林水産業等の現状・課題を認識するとともに、地域の産品又は「地域」との結びつきを発掘  
自然、歴史、風土、文化等の結びつき、  
外部(専門家・消費者・実需者)の視点

「もの」の価値を明らかにすること

基本的な価値(食味、栄養等の品質)が何であるか等を明らかにすること

目指す方向の明確化と戦略の確立  
明確化して、関係者間で共有

取組体制の整備  
継続的な取組体制

## (流通・販売段階)

ブランドコンセプトを明確にした販売戦略  
どのような層を対象に、どのような品質  
のものを、どのように販売するのか等

消費者に訴えかけ、情報を伝える方法の工夫  
名称・デザイン、販売方法、アピールの仕方

名称・マークの管理

名称・マークの使用基準の明確化、遵守体  
制の整備、商標権による法的な保護の活用

## (生産体制・品質確立段階)

### 生産体制の整備

ブランドコンセプトに沿った生産量の確保、  
産地としての協力体制、試験研究機関による  
技術開発や技術の標準化

### 生産・出荷に当たっての品質管理

栽培基準や出荷基準の作成、遵守体制  
の整備

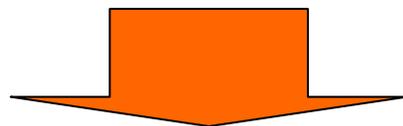
(ブランドの維持・発展段階)

継続的なブランド管理

取組の検証、効果の確認、フィードバック

(必要に応じ)商品の改良や関連商品の開発・販売

取組を担う人材の育成



これらを解決して初めて、

目指すべき「地域ブランド」= 力のある「地域ブランド」

が確立

## (行政機関の関わり)

**取組主体は生産者・生産者団体**

**都道府県・市町村としても取組主体をサポート**

(地域の農林水産業等の競争力強化や地域の活性化を進める観点)

## (サポートの例)

**市町村: 地域の合意形成の場の提供、取組主体にブランド化への意識を持ってもらうこと(「気づき」の提供)、取組の立ち上げ支援 等**

**都道府県: 試験研究機関、普及指導センター等による地域の農業に係る技術開発、栽培技術の指導、他地域の事例の情報提供、外部の者との連携の促進 等**

**終わりに(各地域の取組への期待)**

## 各地域における取組への期待

この報告書が各地域の地域ブランド化の取組に活用されることを期待。

ただし、提示しているのは「基本的な考え方」。  
各地域による創意工夫と継続的な努力によって、  
真に力のある「地域ブランド」が確立されるもの。

また、農林水産省の支援事業や「食と農林水産業の地域ブランド協議会」の活動が、地域の取組を応援するものとなるよう期待。

## **(参考) 地域ブランド確立に向けての支援**

# 農林水産物・食品地域ブランド化支援事業

目的：真に力のある「地域ブランド」を広範に創出

ねらい：課題をかかえる地域ブランド化の取組を支援することにより、課題解決の方策を蓄積し、地域ブランドの成功例を拡大する。

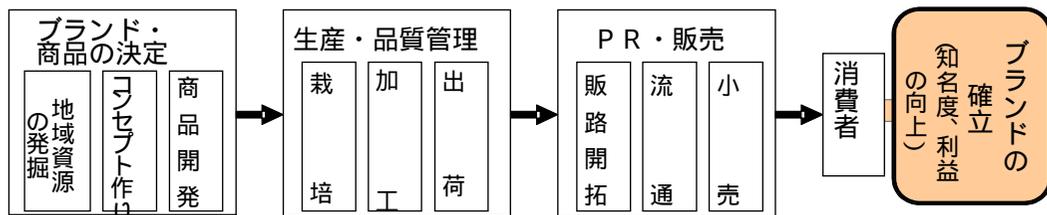
農林水産物・食品の地域ブランド化に取り組む主体に対し、以下の費用の一部（定額、1/2、1/3）を支援（地域段階）

- ・ **プロデューサー招へい費用**・・・外部の者の視点の導入
- ・ 知的財産権の取得や生産・品質管理、マーケティング等のためにプロデューサーを補佐する専門家の招へい費用
- ・ 品質管理のための機器の購入費用
- ・ 市場調査、商品の特性調査のための費用
- ・ 試作品開発、見本市出展 等

全国協議会の活動等による、地域段階の取組のサポート活動を支援（全国段階）

プロデューサーとは・・・

地域ブランドの形成過程すべてを対象に、一貫してアドバイスを実施



【事業実施主体】

地域段階：農業協同組合、漁業協同組合、事業協同組合等

全国段階：民間団体等

【地区数】25地区程度

【概算決定額】108百万円

# 食と農林水産業の地域ブランド協議会

## 設立の趣旨

農林水産物・食品の地域ブランド化に向けた各地域の取組を効果的なものにし、全国に広げていくため、農林水産物・地域食品の地域ブランド化に取り組む主体と地域ブランド化を支援する者が広く参集し、情報提供・交換、交流等を行い、地域ブランドの取組を進展させる。

## 協議会の活動

- 1 会員が実際に集まる活動
  - ・ 講演会、パネルディスカッション、セミナー等の開催
  - ・ 会員同士の交流・情報交換
- 2 ホームページやメールを活用した活動
  - ・ 先進的取組事例の紹介
  - ・ 地域ブランド化に取り組む地域や取組を支援をしようとする方の紹介
  - ・ 地域ブランドをめぐるさまざまな情報(政策動向、支援事業など)の提供

## 発起人

- 【個人】 下線は会長。
- 荒井 寿光 (知財評論家(元特許庁長官))  
荒蒔康一郎 (キリンホールディングス株式会社取締役会長、日本経済団体連合会農政問題委員会共同委員長)  
上原 征彦 (明治大学大学院グローバルビジネス研究科教授、前食料・農業・農村政策審議会会長)  
大木美智子 (消費科学連合会会長)  
金子 和夫 ((株)日本総合研究所上席主任研究員)  
澁澤 栄 (東京農工大学大学院教授)  
土肥 一史 (一橋大学大学院国際企業戦略科教授)  
林 良博 (東京大学大学院農学生命科学研究科教授、食料・農業・農村政策審議会会長)

## 【団体】

- ・財団法人魚価安定基金
- ・財団法人食品産業センター
- ・全国農業協同組合連合会
- ・社団法人農林水産先端技術産業振興センター
- ・社団法人全国木材組合連合会

## 設立日

平成19年11月21日

## 設立総会の概要

設立総会(参加者 125名)  
協議会の規約の決定、会長の選任等  
パネルディスカッション  
テーマ:「農林水産物・地域食品の地域ブランド確立への課題」  
コーディネーター:金子和夫(協議会発起人)  
パネリスト:  
東谷望史(馬路村農業協同組合代表理事組合長)  
井口義朗(三ヶ日町農業協同組合営農センター部長)  
宮本 修(東京青果(株)常務取締役)  
白田典子((有)良品工房代表取締役)

## 現在のメンバー

(平成19年12月31日時点)

会員数 303名

- ・地域ブランド取組主体 47名
  - ・支援団体(個人・法人) 60名
  - ・加工・流通団体 32名
  - ・地方公共団体 96名
- 等

内容は農林水産省ホームページで公開中。

