

AOMORI サステナブル ブランド協議会の取り組み



2024年12月5日

AOMORI サステナブル ブランド協議会

事務局

株式会社ロコラボ

代表取締役 小清水 貴子

組織概要

組織名	AOMORI サステイナブル ブランド協議会
事業内容	海外販路開拓に関する事業
設立年月日	令和5年2月1日
会長	カネショウ株式会社 代表取締役 櫛引 利貞
会員	青森県内企業5社

組織概要

会社名	所在地	商品
カネショウ株式会社	青森県平川市	りんご酢、ドレッシング、醤油等
八戸中央青果株式会社	青森県八戸市	リンゴジュース、りんごゼリー
コノハト株式会社	青森県青森市	茶
財団法人新郷村ふるさと活性化公社	青森県新郷村	飲むヨーグルト
株式会社ロコロボ	青森県八戸市	商社 ※協議会事務局

 **カネショウ株式会社**



八戸中央青果株式会社



コノハト茶葉店



LoC●LABo

協議会の趣旨

青森県は豊かな自然が育んだ品質の高い農水産品があり、全国でも有数の農業産出国で特にリンゴは、世界中に輸出されているが、リンゴ以外にも、リンゴ加工品、野菜、畜産物等多くの素晴らしい食品があることを十分に伝えきれていない。

これまで海外展開に取り組んできた青森県広域（青森市、平川市、八戸市、新郷村）の異なるメーカーが連携し、次の世代に引き継ぐ、持続可能な高付加価値のブランド構築を目的とし、「AOMORI サステナブルブランド協議会」を設立。

商品だけでなく、まだまだ伝えきれていない地域の特徴、魅力をPRする。青森県全体のブランド価値を向上し、商品の輸出拡大により、地域の生産者の経済発展に貢献するとともに、持続可能なグローバルビジネスを創出する。



ブランドコンセプト

「簡単（easy）」 「健康（healthy）」 「美味しい（tasty）」

という3つのコンセプトに加え、製品の製造過程で排出されるりんごの搾りかす等を廃棄せず、お茶・飼料等の原料として再活用し、フードロスをなくして廃棄物削減に努めることや、リサイクル可能な土にかえる素材を使用した包材の共通使用等を想定し、「環境への配慮」の下に製造された「AOMORIサステイナブルブランド」としてブランド化し、SDG'sに配慮し、輸出拡大を目指して取り組む。

2023年度事業概要・取組事例

令和4年度補正農林水産省補助事業~加工食品クラスター補助金による米国販路拡大事業
協議会オリジナルの「AOMORI Sustainable Product」のブランドロゴを作成。



海外の消費者に青森県産の「簡単・美味しい・健康で持続可能・環境に配慮している事業者」の商品であることを訴求し、国内外においてその知的財産権の保護による国際商標を出願。

ブランドロゴの背景：
青森の海と緑のブルーを基調とし、サステナブルをコンセプトとした未来へと続くイメージを3種類のラインで表現。
シンプルでありながらスタイリッシュで記憶に残りやすいデザインを選定。

「Keywords」

- ○地球に優しい→海 →山→水 →木→水滴 →木の葉→風
- ○サステナブル→循環

2023年度事業概要・取組事例

令和4年度補正農林水産省補助事業～加工食品クラスター補助金による米国販路拡大事業

米国日系スーパーUWAJIMAYAにおけるプロモーション ビーバートン店にて
AOMORIフェアの開催

日時：2023年9月29日～10月1日



2023年度事業概要・取組事例

令和4年度補正農林水産省補助事業~加工食品クラスター補助金による米国販路拡大事業
ロサンゼルス現地バイヤー商談の実施。



2023年度事業概要・取組事例

令和4年度補正農林水産省補助事業～加工食品クラスター補助金による米国販路拡大事業

ホノルル日系スーパーMARUKAI 東北フェアでのプロモーション

2023年10月



2023年度事業概要・取組事例

令和4年度補正農林水産省補助事業～加工食品クラスター補助金による米国販路拡大事業 ホノルル現地メディア・インフルエンサーと連携したマーケティングプロモーションの実施



青森サスティナブルブランド (1)

米国ハワイ州ホノルル市における青森県産サスティナブルブランド食材の展示即売を「東北フェア・イン・ハワイ」期間開催中、会場にて試食デモンストレーションイベントと併催し、現地メディアおよびインフルエンサーによるソーシャルメディアプラットフォームでの発信を行いました。（日時は現地時間）

日にち：2023年10月7日（土）

時間：午前10時～正午

場所：マルカイ・ホールセール・マート

住所：2310 Kamehameha Hwy.
Honolulu, HI 96819 USA



日本語メディア (1)

KZOOラジオ局

1963年に開設したハワイ唯一の日本語ラジオ局。ハワイのタイムリーな情報をハワイから24時間放送および配信しています。2016年からはハワイ州観光局の公認ラジオ局としてハワイ観光お役立ち情報も紹介。番組はハワイ州全土にて聞け、聴者参加番組は人気です。また、日本のラジオ局とのコラボレーション番組も多数あります。



10月5日（木）：ハワイ文化センター内スタジオにて30分インタビュー（30分生放送）

10月6日（金）：会場と電話で繋ぎインタビュー、現地の様子、商品PR（30分生放送）

10月7日（土）：パーソナリティの小椋Colleen弘恵が現地からライブレポート（15分生放送）



2024年度事業概要

対象国 米国・オーストラリア

事業内容 米国ホノルル、ポートランド日系スーパー現地プロモーション

- ✓ サンプリングの実施
- ✓ ターゲット：健康や美容に関心が高く、環境保護に意識の高いアッパーミドル層。欧米人、アジア人、その他の人種、米国在中日本人。
- ✓ 内容：現地に渡航し、試飲を伴う実演販売と現地消費者、バイヤーへのヒアリング

協議会として大事にしている点

- 自社の利益だけでなく、協議会全体のブランド力向上、販路拡大に取り組む。
- 自ら現地に渡航し、バイヤーのみならず消費者の声を直接聞くこと。それにより、次の課題の発見があり、問題解決、商品開発等次のステップに進む事ができる。

協議会で取り組むメリット

- 個社では負担となる展示会出展料等の経費の削減。
- 輸出に関する情報やノウハウの共有。
- 物流、商流の共有による時間とコストの削減。
- 自社商品と異なる新たなニーズの創出また、それぞれの事業者がもつ異なる既存ターゲット等へのアプローチ。
- 各事業者のターゲット層は異なるため、共通ブランド化により、より広いターゲット層に P R することが可能となる。
- 他社の営業方法、商品開発、パッケージデザインのアイディアなど、様々な情報交換、意見交換により、一つのブランドとしての連帯感、結束力が生まれ、協議会メンバーの製品に対する愛着、メンバーの利益拡大への意識の向上。
- 協議会メンバーが課題解決に向け、協力し、対応。

ご清聴ありがとうございました。