

研究区分	教員特別研究推進 地域振興
------	---------------

研究テーマ	欧州における静岡県産農産物のブランド戦略構築に関わる実証的研究				
研究組織	代表者	所属・職名	経営情報学部・教授	氏名	岩崎 邦彦
	研究分担者	所属・職名		氏名	
		所属・職名		氏名	
		所属・職名		氏名	
	発表者	所属・職名	経営情報学部・教授	氏名	岩崎 邦彦

講演題目	海外における静岡産農産物のブランドづくり
研究の目的、成果及び今後の展望	<p>研究の目的</p> <p>現在、緑茶など本県の農産物の海外展開が進められている。たとえば、緑茶の輸出量は 2000 年に 2,232 トンであったが、2020 年は 5,274 トンに伸びている。この 10 年間で約 2 倍強増加している（財務省貿易統計）。</p> <p>このような状況を踏まえ、本研究は、静岡産の農産物の「海外におけるブランド戦略」を構築することを目的としている。本研究によって、実証データと実践に基づく農産物のグローバルブランディング戦略を構築することができれば、静岡県農産物のグローバルブランディングの実践に結びつけていくことが可能である。</p> <p>具体的に本研究では、日本と海外の消費者データを収集・分析し、地域産品のグローバルブランディングの理論的フレームワークを構築するとともに、実践的プログラムを提案する。</p> <p>成果及び今後の展望</p> <p>本研究では、アメリカ、イギリス、シンガポール、スペイン、日本の消費者調査結果をベースに、海外でのブランド構築のための具体的な方向性を提案した。</p> <p>現在、研究担当者は、本研究成果などを活用し、静岡のトマト生産者と連携して、静岡産の高糖度トマトのヨーロッパでのブランドづくりを実施中である。ヨーロッパには、ファッションや車などの分野では高級ブランドは存在しているが、野菜の高級ブランドはほとんどないため、“ブランド戦略そのものの輸出”し、現地での実践から研究成果の検証を行っている。</p> <p>研究成果は、著書、論文、地域産業などを対象としたセミナーなどで、地域に発信をし、地域産業の海外におけるブランドづくりの実践につなげていく。</p>