

Re BRANDING

農産物ブランド化事業
リブランディング方針

2024

熊谷ブランド 晴れまち事業構想



2024.10 Ver.1.1
熊谷ブランドワーキンググループ

ブランドの先には、どんな未来があるだろう

熊谷市では、令和3年度から農産物のブランド化を目指し、ブランド事業を進めてきました。事業がスタートしたころのイメージは、他市の事例をなぞった「ロゴを作ってシールを貼る」という一般的なもの。しかし、議論を重ねる中で「それだけではまちの産業は盛り上がらない」という壁に何度もぶつかりながら、改めて「まちの魅力をつくる」という原点に立ち返り、3年の歳月をかけて生まれたのが、この『熊谷ブランド 晴れまち事業構想』です。

この事業構想では「市産品の価値向上と事業者間のマッチングによる地域活性化」を目指し、公民連携でまちの産業を盛り上げる循環を創ろうとしています。

ここまでの道のりで気づいた大切なことは、同じビジョンを描くこと、自分たちに何ができるのか考えること、持続可能な循環を生み出すこと、そして共にその先の未来へと進んでいこうとすること。だからこそ、『熊谷ブランド 晴れまち事業構想』はこれで完成ではなく、これからたくさんの方に関わってもらい、活用してもらいながら、一緒に育てていきたいと思っています。

本方針は令和4年1月に策定した「熊谷市農産物ブランド化戦略」の後継計画として位置づけ、以下のとおり目的と未来像を刷新する。



目的

「熊谷といえばこれ！」と言われるような『熊谷の顔』となる農産物及び農産物加工品を発見、育成し、ブランド認定する

未来像

持続可能な農業をつくる／農業そのものを熊谷の風景とする

R4.1策定 熊谷市農産物ブランド化戦略

目的

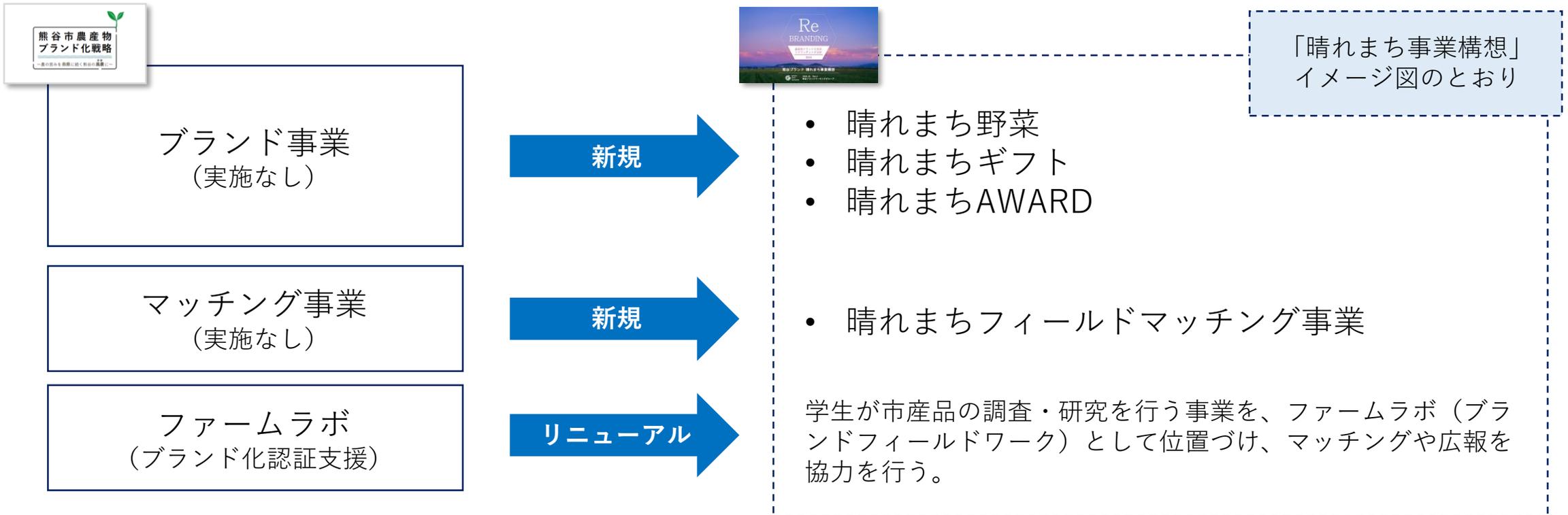
公民連携で行うブランド事業によって、市産品の魅力を高め、市内産業の盛り上がりを生み出す

未来像

市産品の価値向上／市内事業者のマッチングによる地域活性化

R6.10策定 熊谷市ブランド化事業リブランディング方針

新たに「晴れまち野菜」「晴れまちギフト」「晴れまちAWARD」の3つの事業をブランド事業として段階的に実施。そのほか、マッチング事業を行うことで、地域活性化を目指す。



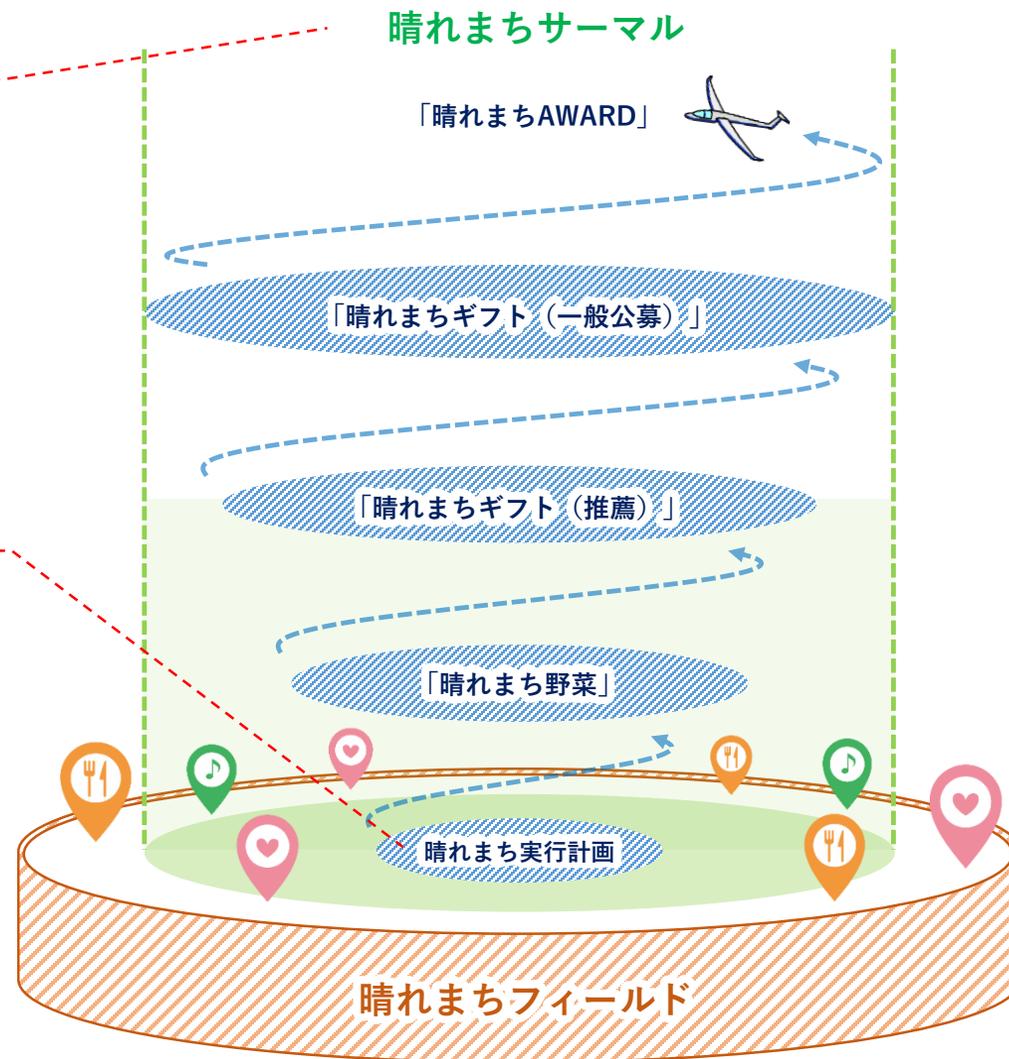
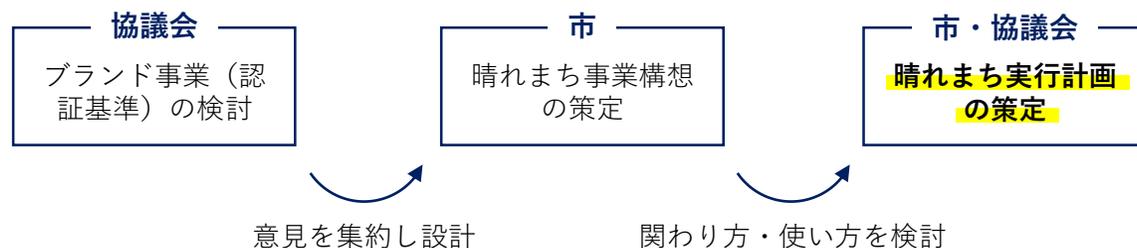
晴れまちサーマル

“市産品の価値向上”を目的に実施する「晴れまち野菜」「晴れまちギフト」「晴れまちAWARD」のブランド事業の総称を「晴れまちサーマル」と呼ぶ。これらの事業を実施していくことによって、ブランド事業を上昇気流（サーマル）に乗せて発展させていく。

晴れまち実行計画

晴れまち事業構想への関わり方・使い方を検討し、策定する計画。ブランド事業中核メンバーの主体的な関わりをつくる。（P16のとおり意見集約）

【これまでの検討経緯】



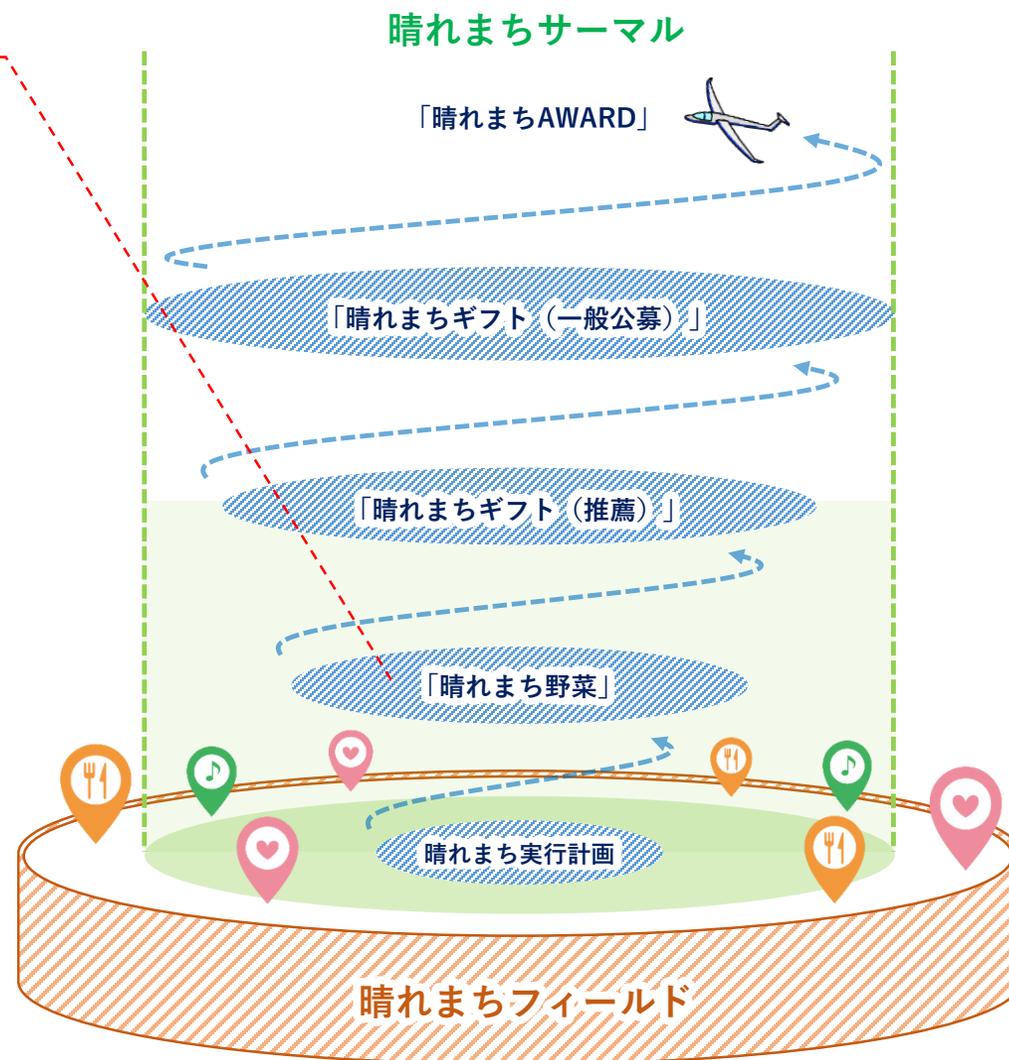
晴れまち野菜

市が特産品を「晴れまち野菜」のネーミングで指定し、これらの野菜のブランド価値を高め消費を促すことで、地産地消を推進する。（地産地消の推進方法は「晴れまち野菜の事業展開A、B」のとおり）

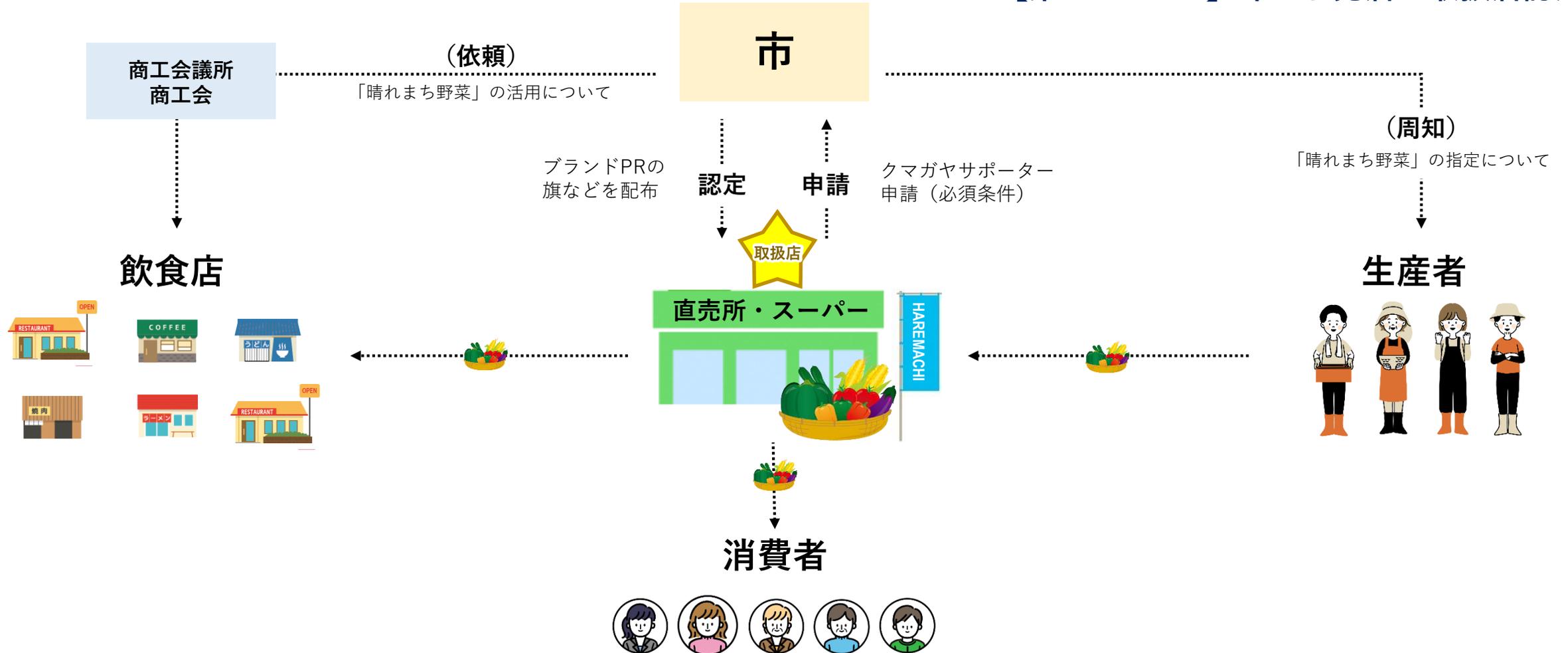
指定する特産品は、農産物ブランド化推進協議会での検討産品を素案とし、以下の基準と品目で指定する。

	指定基準	指定品目
野菜	<ul style="list-style-type: none"> 産出額県内5位以内 出荷額1億円以上 出荷組合等がある団体 	米、麦、ネギ、ニンジン、ヤマトイモ、ブロッコリー
果物	<ul style="list-style-type: none"> 加工や収穫体験などのポテンシャルがあるもの 出荷組合等がある団体 	ブルーベリー、栗、ぶどう、いちご

※「晴れまち野菜」は青果物を対象とし、果物も含めてブランド指定する。

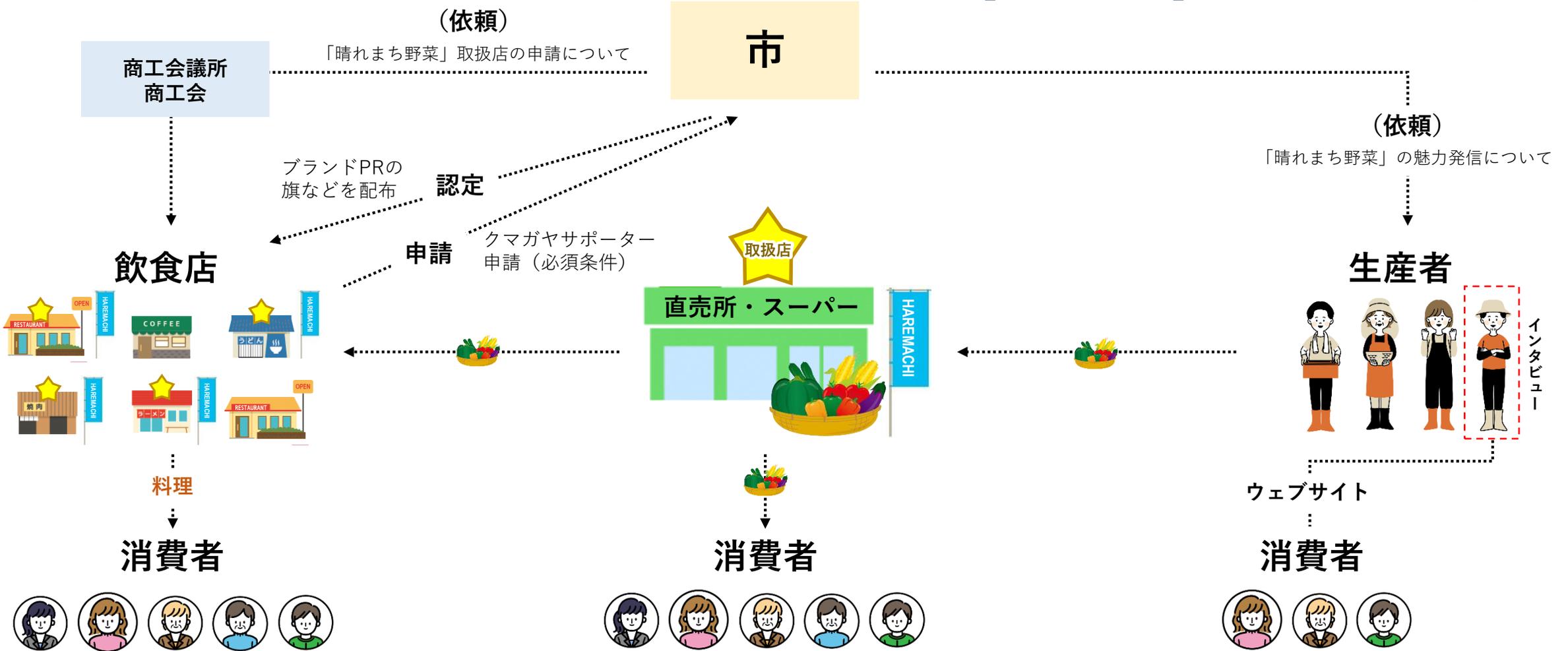


【第1フェーズ】卸・小売店の取扱店認定



地産地消・ブランド認知

【第2フェーズ】 飲食店への取扱店認定拡大



地産地消 + ブランド認知

ブランド認知

晴れまちギフト

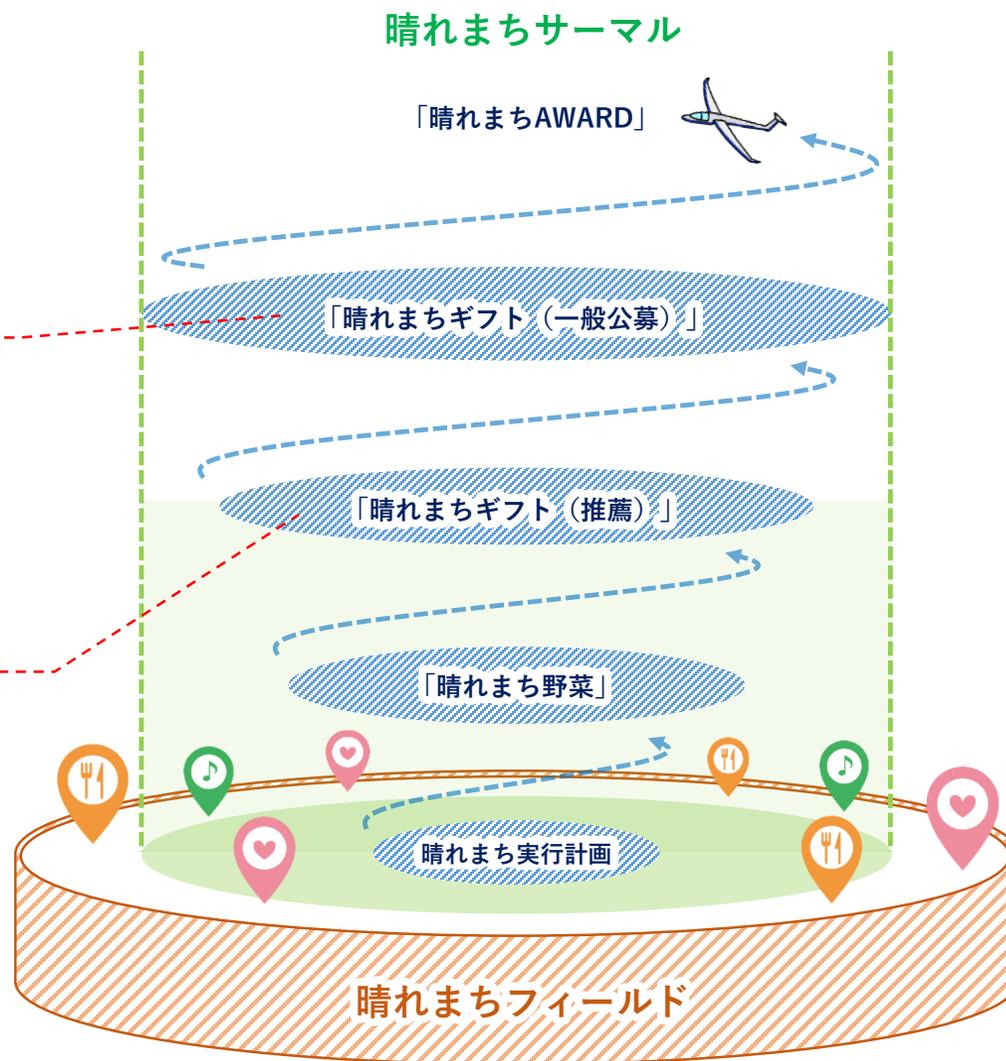
市が認定基準を定め、農産物、加工品、伝統工芸品の3つの分野でブランド認定する市産品。

> 晴れまちギフト（一般公募）

年に一度、市が公募を行い、市内事業者等からの申請に基づき認定する市産品。なお、認定審査にあたっては、審査機関としての協議会（P11※のとおり）を設置し、専門的な知見を持った有識者のアドバイスと共に審査が行える体制を整える。

> 晴れまちギフト（推薦）

ファームラボ認定プレーヤーの産品は『農産物ブランド化推進協議会からの推薦品』として取り扱い認定することとする。現時点での推薦者は、前述協議会と市の推薦品を想定。市からは「100年フード」となっている五家宝や妻沼のいなり寿司、「雪くま」などを、販売事業者と調整しながら認定品としていく。



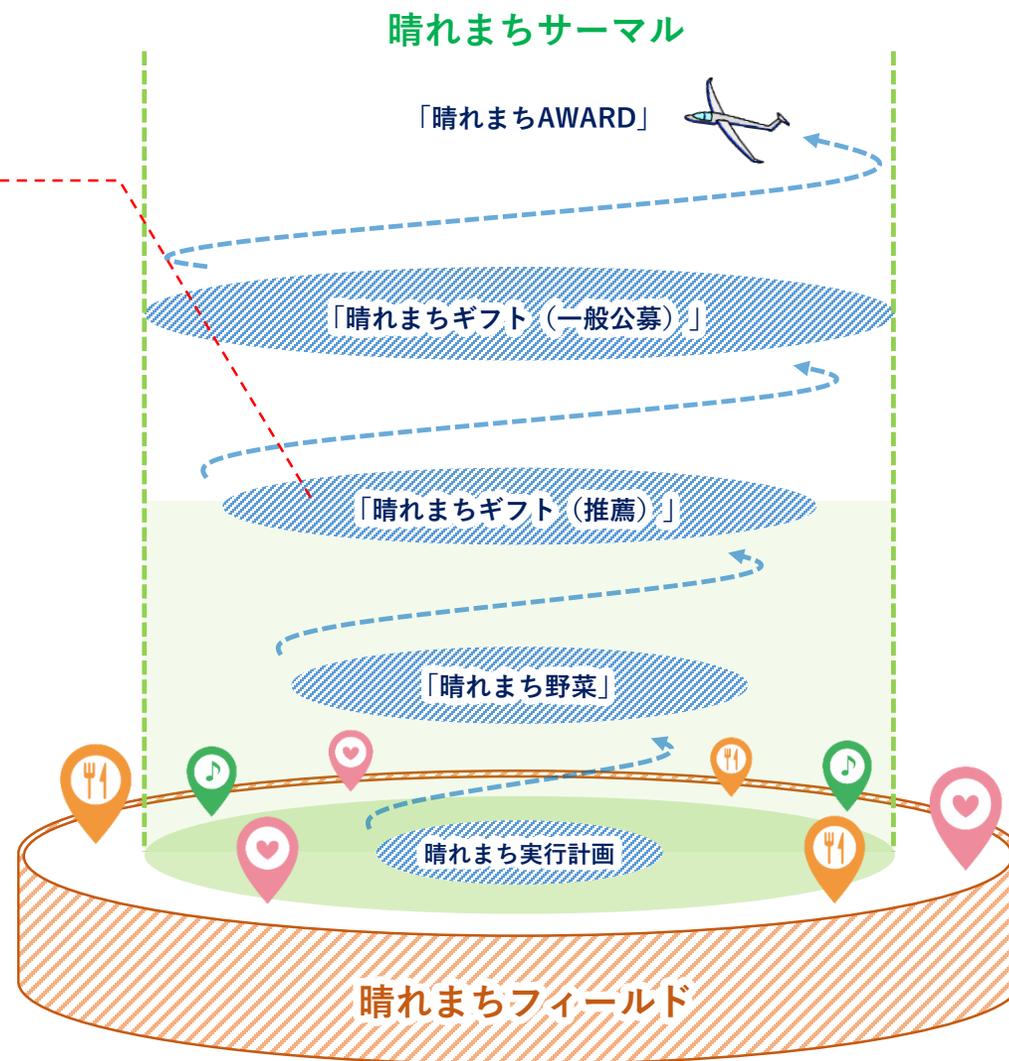
■ 晴れまちギフト

> 晴れまちギフト（推薦）の進め方

R6年度から実施

以下のフローでブランド認定を行う。認定基準は別紙のとおり。

- 【協】 → 【プ】 制度の説明とヒアリング
- 【プ】 → 【協】 申請書・報告書・必要書類の提出
- 【協】 農産物ブランド化推進協議会で書類確認
- 【協】 → 【市】 市へ推薦
- 【市】 ブランド認定
- 【市】 → 【協】 決定通知送付（必要に応じ条件を付す）
- 【協】 → 【プ】 認定連絡 補助金交付
- 【プ】 → 【協】 ※条件が付された場合は再度報告書提出



晴れまちギフト

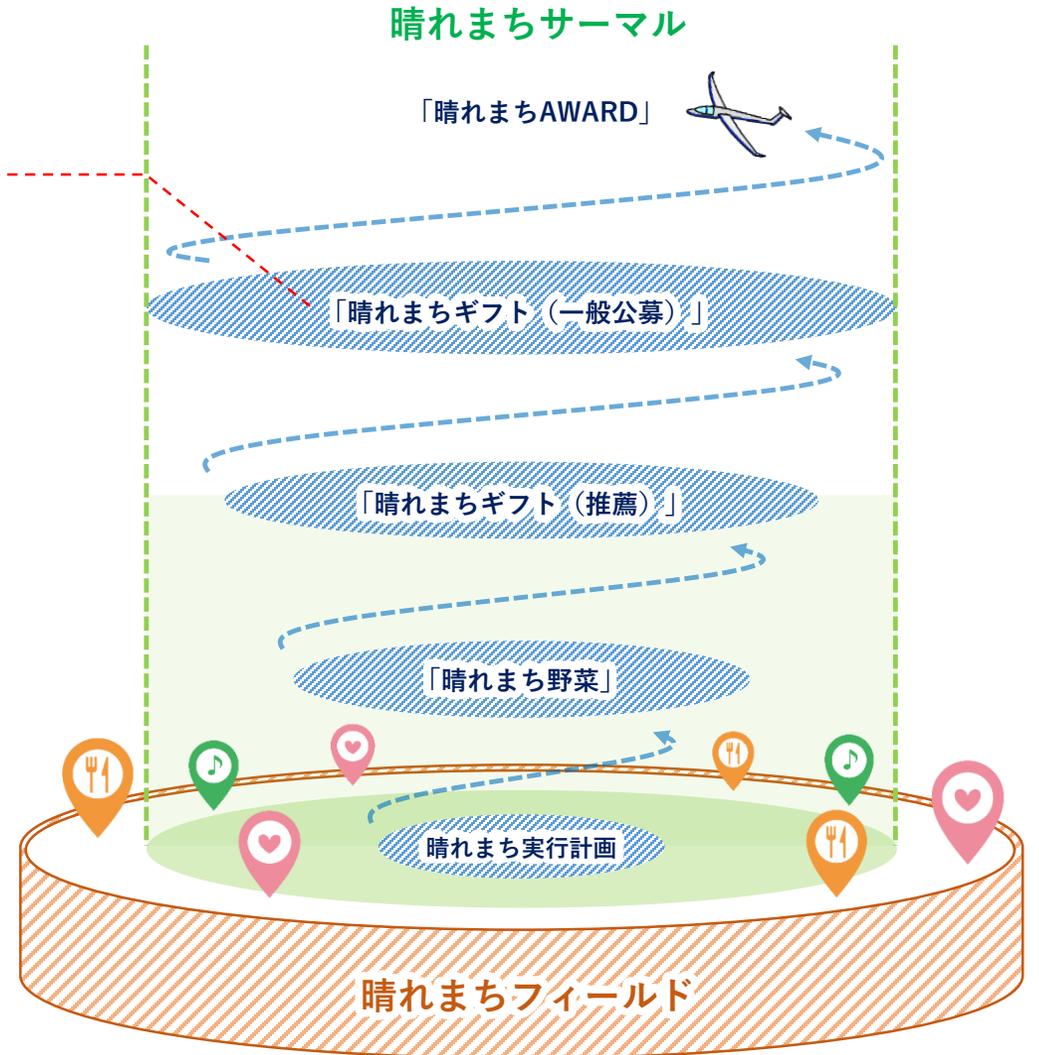
> 晴れまちギフト（一般公募）の進め方

R7年度から実施

以下のフローでブランド認定を行う。認定基準は別紙のとおり。

- 【市】 ブランド認定の一般公募（年1回）
- 【申】 → 【市】 ブランド申請・受理
- 【市】 → 【協】 審査会（※）の開催依頼・審査
- 【協】 → 【市】 審査結果の報告
- 【市】 決定通知送付
- 【市】 → 【申】 ブランドガイドラインの説明

※ 審査会は新たに設置する「熊谷ブランド推進協議会」が行う。上記協議会は、現在の農産物ブランド化推進協議会の組織再編という形で検討する。



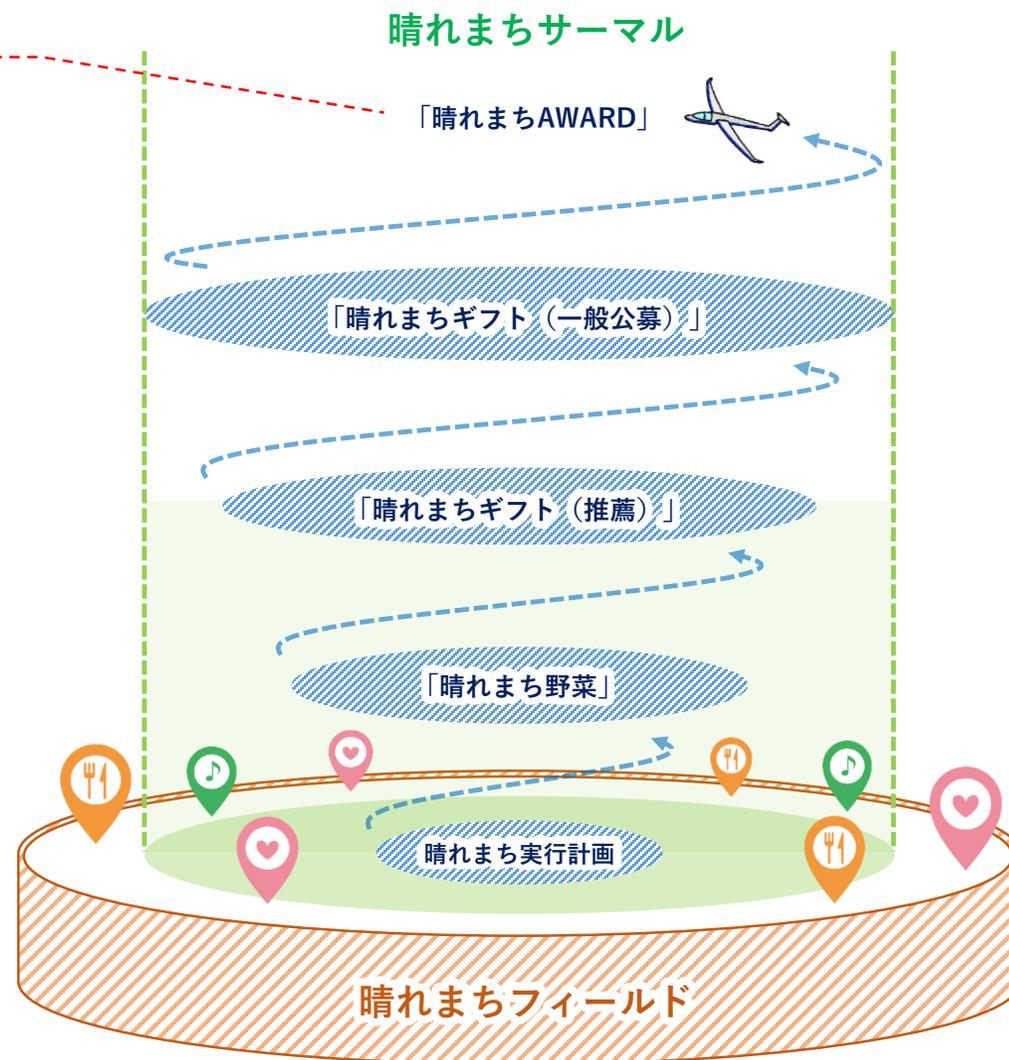
晴れまちAWARD

「晴れまちギフト（一般公募）」の認定品が出そろった段階で「晴れまちAWARD」を開催。有識者による審査会を開催し、エントリーのあった認定品の中から、金賞、銀賞等順位付けを行う。

「晴れまちAWARD」での受賞者は、有識者からの審査コメント等をつけ、道の駅や観光案内所など、様々な場所で大々的にPRしていく。



PRイメージ（八木橋プラグスマーケット）



晴れまちフィールド

“事業者間のマッチングによる地域活性化”を目的に実施する、市内事業者のニーズ調査・データベース化・マッチングコーディネート事業。

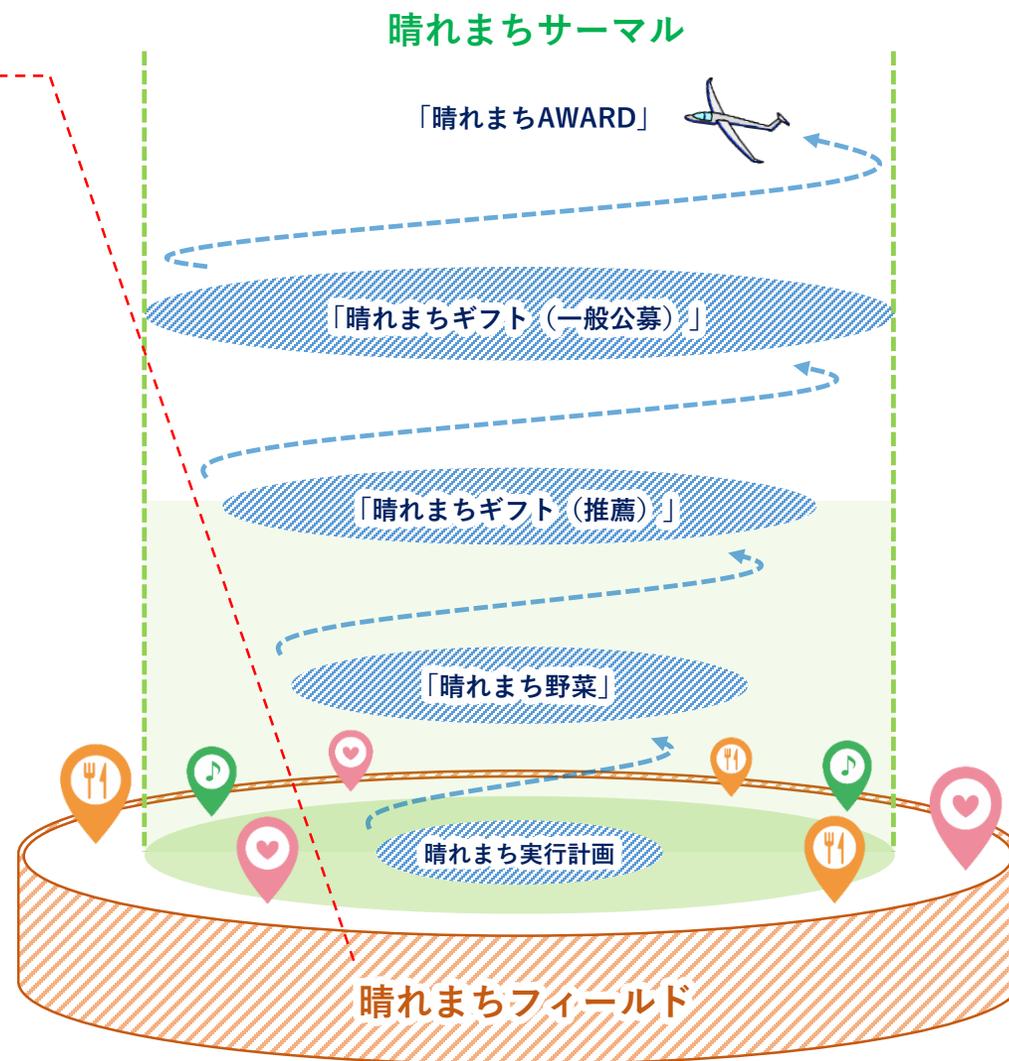
「晴れまちサーマル」に関わる事業者は、生産者や卸・小売店、飲食店などが中心となるが、これらの業種以外にも「晴れまち事業構想」に関わる人を増やすため、異業種を含めたすべての事業者のニーズ調査を行いデータベースを整備する。

このデータベースの整備によってマッチングが行われるフィールド（晴れまちフィールド）を創り、新商品やイベント企画が生まれるための土台を整備する。



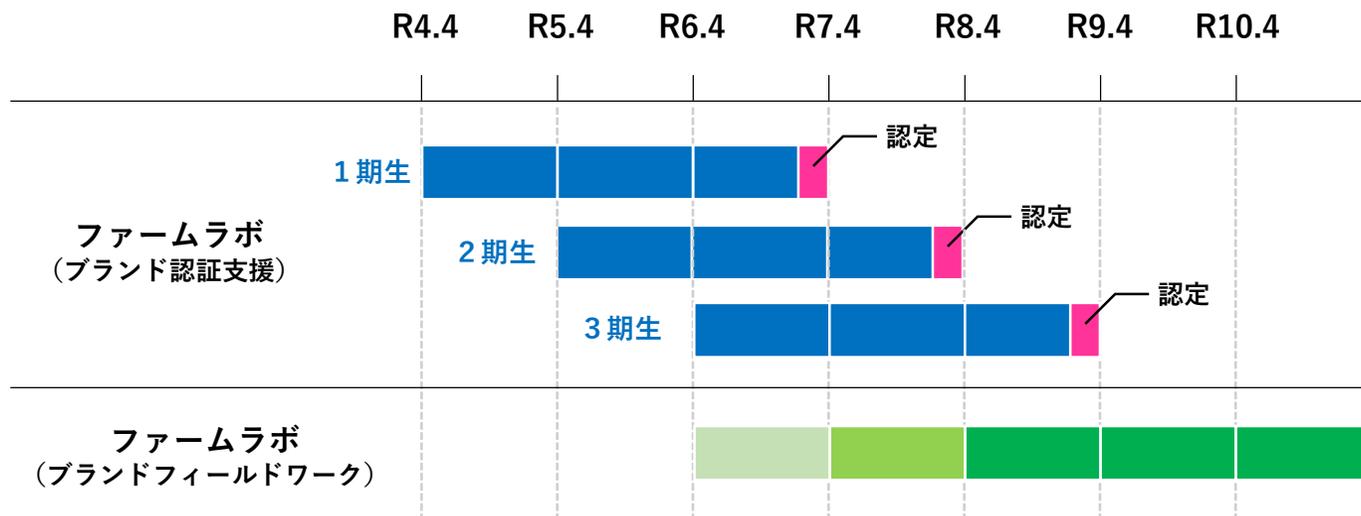
例えばこんなマッチング！

- | | | |
|-------------|---|--------|
| 晴れまち野菜×加工会社 | → | 加工商品開発 |
| 晴れまち野菜×販売店 | → | 販路拡大 |
| 晴れまち野菜×研究者 | → | アグリテック |
| 晴れまち野菜×飲食店 | → | 新メニュー |



ファームラボ

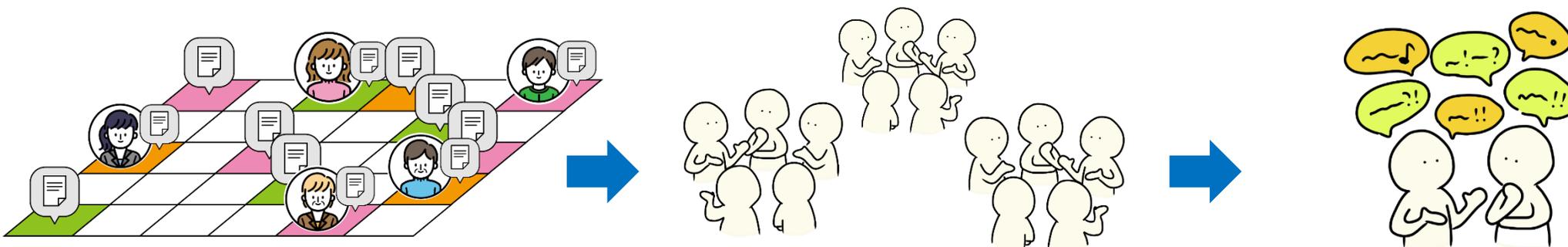
現在実施しているブランド化認証支援としてのファームラボはR8年度で終了とし、新たに「晴れまちフィールド」内で行われるマッチングの一つとして【晴れまち野菜×学生】によるフィールドワークの支援に切り替える。



※ フィールドワークは、6年度に試験的に実施しているアルスコンピューター専門学校との事例を参考とし、令和8年度からの本格稼働に向けて関係団体と調整を行う。（カリキュラムとしての組み込みや予算措置など）

晴れまちフィールドの環境づくり

以下のとおり、市内事業者のニーズ調査・データベース化を実施する。アンケートによる定量データだけでなく、ヒアリングによる定性データ（意識データ）も集め、データ分析に活用する。



事業者アンケート

グループヒアリング

個別ヒアリング

内容 市内事業者にアンケートを実施。業種・業態などの基本情報のほか、晴れまち事業に積極的に関わりたいかの希望調査も含める。また、商品開発等に意欲のある方をリクルートし、グループヒアリングへつなげる。

内容 アンケート回答で商品開発等に意欲のあった方を集め、グループヒアリングを実施。参加者のアイデアをブラッシュアップするほか、活発に活動している様子取材し、効果的な発信を行う。

内容 グループヒアリング参加者の中から、具体性の高い考えを持った方に個別ヒアリングを実施。この段階から、新商品開発補助金やアドバイザーなども同行し、開発の実現をサポートする。

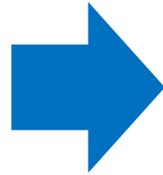
対象 市内事業者（3,000件程度）

対象 アンケートでの希望者（5人×6グループ）

対象 アンケートで具体性の高かった方（10人）

ブランド事業中核メンバーである農産物ブランド化推進協議会の皆様が、どのような形で関わることができるのか、活用することができるのかを検討する。

熊谷市農業委員会
くまがや農業協同組合
熊谷商工会議所
熊谷市めぬま園芸振興協議会
株式会社熊谷青果市場
株式会社ティアラ21
株式会社八木橋
NPO法人子育てネットくまがや
くまがや市商工会
一般社団法人熊谷市観光協会
埼玉県大里農林振興センター
埼玉県立熊谷農業高等学校
埼玉県農業大学校



- 「晴れまち事業構想」を会員へ周知
- 「晴れまち野菜・ギフト」の販売・PR
- 「晴れまち野菜」を使ったレシピ開発
- 「晴れまち野菜」関連イベントの開催
- 「晴れまち野菜」収穫体験企画
- 「晴れまち野菜」生産者対象のセミナー開催
- ブランドフィールドワークの実施

※ 主体的な関わりは、シティプロモーションへの協力を意味することから、シティプロモーションサポーター制度である「クマガヤサポーター」の申請によって、関わり方を取りまとめることとする。