

資料1

亀山市地域ブランド推進協議会委員名簿

(任期：令和3年1月26日～令和4年3月31日)

順不同敬称略

	氏 名	所 属 名	役職名	選出区分
1	コバヤシ ケイタロウ 小林 慶太郎	四日市大学	副学長 教授	第3条第2項第1号 学識経験者
2	イマニシ マサカズ 今西 政和	亀山商工会議所	商業部会長	第3条第2項第2号 商工関係団体等
3	イトウ ミネコ 伊藤 峰子	一般社団法人 亀山市観光協会	会長	第3条第2項第3号 観光関係団体等
4	ハヤシ ナオキ 林 直樹	鈴鹿農業協同組合	常務理事	第3条第2項第4号 農林業関係団体等
5	ヒロモリ トウダイ 廣森 藤大	三重茶農業協同組合	副参事	第3条第2項第4号 農林業関係団体等
6	オオガヤ ムネヤス 大萱 宗靖	亀山木材産業協同組合	組合長	第3条第2項第4号 農林業関係団体等
7	キタガワ トオル 北川 亨	株式会社安全	代表取締役	第3条第2項第5号 流通関係団体等
8	オオサワ テツヤ 大澤 哲也	亀山市	産業建設部長	第3条第2項第6号 市職員

亀山市地域ブランド運営委員会委員名簿

(任期：令和3年1月26日～令和4年3月31日)

順不同敬称略

	氏 名	所 属 名	役職名	備考
1	タカガキ カズオ 高垣 和郎	よろず支援拠点	コーディネーター	第3条第2項第1号 学識経験者
2	カナヤ ヒロユキ 金谷 浩幸	亀山商工会議所	指導課 係長	第3条第2項第2号 商工関係団体等
3	ハットリ アキ 服部 亜樹	三重県菓子工業組合 亀山支部 選出 有限会社深川屋	取締役社長	第3条第2項第2号 商工関係団体等
4	ホンマ カズヤ 本間 一也	一般社団法人 亀山市観光協会	事務局長	第3条第2項第3号 観光関係団体等
5	ネリキ マサヒロ 練木 昌弘	鈴鹿農業協同組合	総務部長	第3条第2項第4号 農林業関係団体等
6	ヒロモリ トウダイ 廣森 藤大	三重茶農業協同組合	副参事	第3条第2項第4号 農林業関係団体等
7	サカ シンゲヤ 坂 成哉	亀山木材産業協同組合 選出 三栄林産	専務	第3条第2項第4号 農林業関係団体等
8	サワダ イクオ 澤田 郁男	株式会社安全	取締役 営業部長	第3条第2項第5号 流通関係団体等
9	ミノ ショウジ 西野 彰二	三交興業株式会社	営業推進部 部長	第3条第2項第5号 流通関係団体等

亀山市地域ブランド評価委員会委員名簿

(任期：令和3年 月～令和4年3月31日)

順不同敬称略

	氏 名	所 属 名	役職名	備考
1				
2				
3				
4				
5				

亀山市地域ブランド推進協議会要綱

令和3年1月12日

(設置)

第1条 市の豊かな自然、文化及び歴史を背景とした地域資源を活用した地域ブランドを確立するとともに、その魅力を戦略的に発信し、地域の活性化を図るため、亀山市地域ブランド推進協議会（以下「協議会」という。）を置く。

(所掌事務)

第2条 協議会は、次の事項について検討し、その結果を市長に報告する。

- (1) 地域ブランドの認定制度に関すること。
- (2) 地域ブランドの情報発信に関すること。
- (3) 地域ブランド認定品の販路開拓に関すること。
- (4) 地域ブランド推進のための支援に関すること。
- (5) その他地域ブランドの推進のために必要なこと。

2 協議会は、地域産品のブランド認定に係る審査を行い、その結果を市長に報告する。

(組織)

第3条 協議会は、委員8人以内で組織する。

2 協議会の委員（次条から第6条までの規定において単に「委員」という。）は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱し、又は任命する。

- (1) 学識経験を有する者
- (2) 商工に関する団体等を代表する者
- (3) 観光に関する団体等を代表する者
- (4) 農林業に関する団体等を代表する者
- (5) 流通に関する団体等を代表する者
- (6) 市職員
- (7) その他市長が必要と認める者

(任期)

第4条 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

2 委員は、再任されることができる。

(会長及び副会長)

第5条 協議会に会長及び副会長を置き、それぞれ委員の互選により定める。

2 会長は、会務を総理し、協議会を代表する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 協議会の会議は、会長が招集し、議長となる。

2 協議会は、委員の過半数が出席しなければ会議を開くことができない。

3 協議会の議事は、会議に出席した委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

4 協議会は、必要がある認めるときは、委員以外の者を会議に出席させて意見を聴き、又は資料の提出を求めることができる。

(運営委員会)

第7条 協議会は、その補助機関として、亀山市地域ブランド運営委員会（以下「運営委員会」という。）を置く。

2 運営委員会は、協議会の指示を受けて第2条第1項各号に掲げる事項について検討し、その経過及び結果を協議会に報告する。

3 運営委員会は、委員10人以内で組織する。

4 第3条第2項及び第4条の規定は、運営委員会について準用する。

5 運営委員会に委員長を置き、運営委員会の委員の互選により定める。

6 前各項に定めるもののほか、運営委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が運営委員会に諮って定める。

(評価委員会)

第8条 協議会は、その補助機関として、亀山市地域ブランド評価委員会（以下「評価委員会」という。）を置く。

2 評価委員会は、協議会の指示を受けて第2条第2項の審査を行い、その経過及び結果を協議会に報告する。

3 評価委員会は、委員5人以内で組織する。

4 第3条第2項及び第4項の規定は、評価委員会について準用する。

5 評価委員会に委員長を置き、評価委員会の委員の互選により定める。

6 前各項に定めるもののほか、評価委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が評価委員会に諮って定める。

(庶務)

第9条 協議会の庶務は、産業振興課において処理する。

(雑則)

第10条 この要綱に定めるもののほか、協議会の運営に関し必要な事項は、会長が協議会に諮って定める。

附 則

(施行期日)

1 この要綱は、令和3年1月12日から施行する。

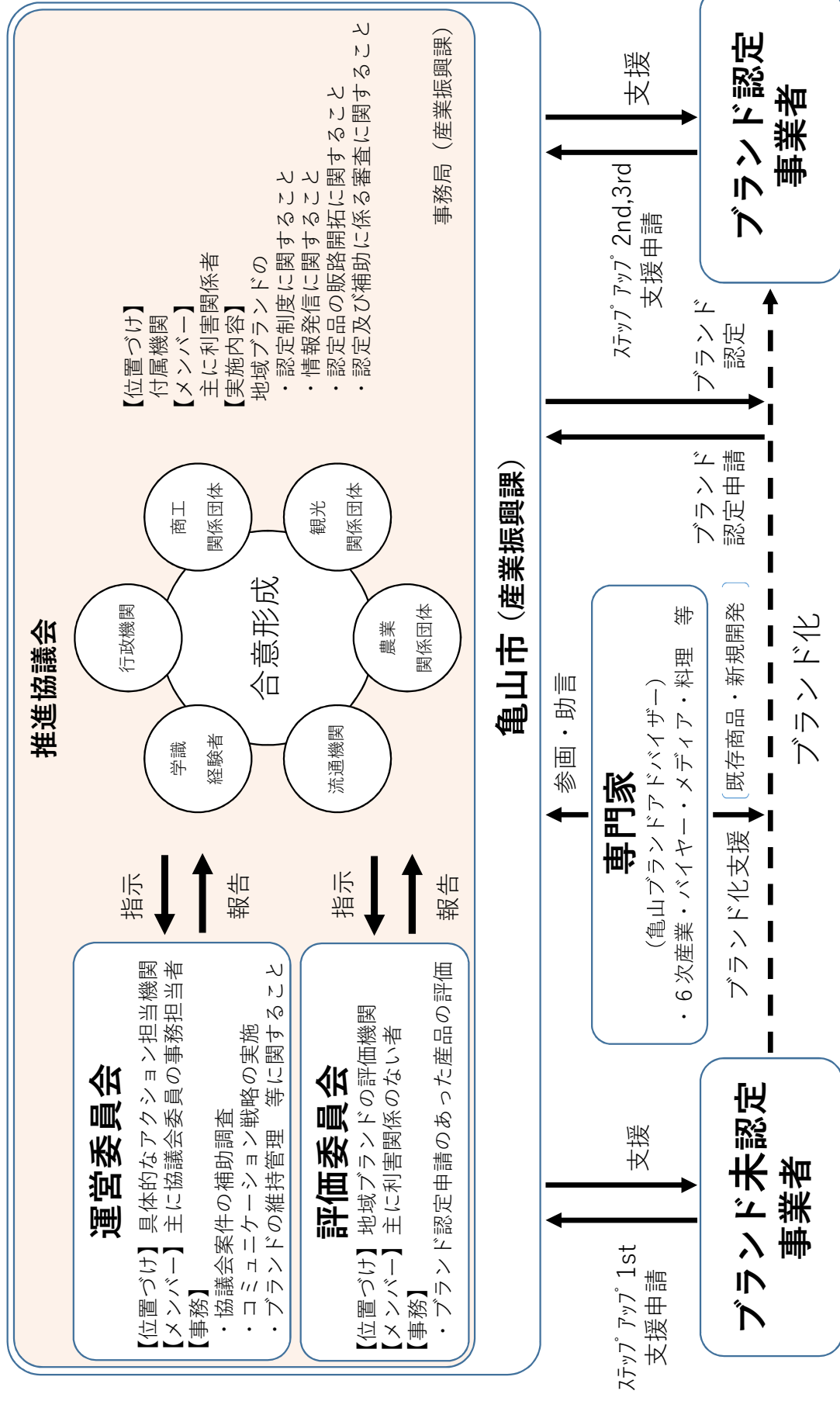
(経過措置)

2 この要綱の施行後最初に委嘱され、又は任命される協議会、運営委員会及び評価委員会の委員の任期は、第4条第1項（第7条第3項及び第8条第3項において準用する場合を含む。）の規定にかかわらず、令和4年3月31日までとする

3 この要綱の施行後最初に行われる協議会の会議は、第6条第1項の規定にかかわらず、市長が招集する。

🐼 地域ブランド創出事業の推進体制

資料3



『亀山ブランド』

地域ブランド創出事業

R3.1.26

1

地域ブランドが求められる背景

近年、インターネットや携帯電話、SNS等の普及による情報化社会の進展は、市民、地域、企業、行政の情報発信力を助長し、様々な情報や価値観に瞬時に触れることを可能にしましたが、その反面、流行や嗜好もめまぐるしく変化する要因にもなっています。

価値観が多様化する中で、いかに選ばれるまちとなるかは、単に地域の持つ資産が豊富であるかではなく、それ以上に他の地域にはない、東海道の宿場町の面影を残す関宿をはじめ、豊かな自然や歴史、伝統、特色ある文化に恵まれた地域など、この地域ならではの魅力的な価値を創造し、磨き上げて輝かせるということが重要であると考えられます。

このように、特色ある文化、豊かな自然環境との調和により生み出された特産品の魅力や価値にさらに磨きをかけ、また新たな地域資源を発掘し、情報・啓発ツールを活用することによって、産業の振興と地域の活性化に繋げていくため、市独自の地域ブランドを創出することとしました。

* 地域ブランドとは、「商品やサービスに地域性などを加えることで価値を高め、地域外の消費者などから評判を得ることによって、地域全体のイメージ向上や地域活性化に結びつけるもの」

2

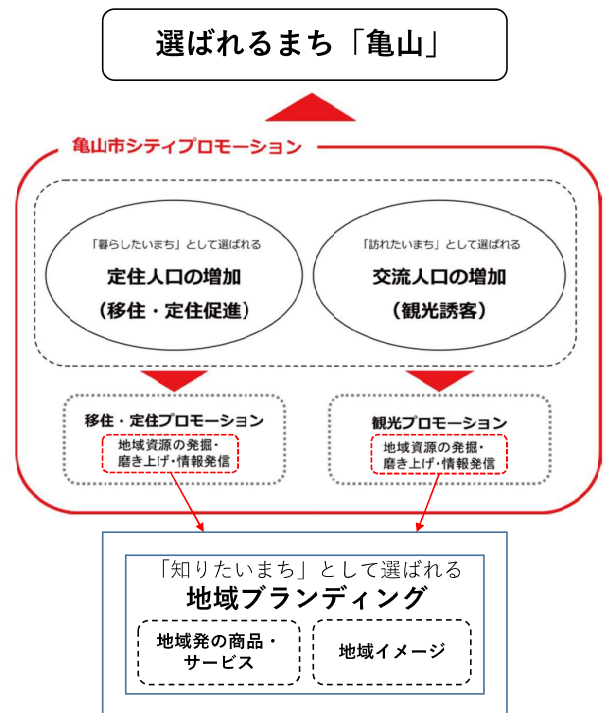
🐢 地域ブランド創出事業の位置づけ

▶ 亀山市シティプロモーション戦略

「『選ばれるまち』となるためには、本市が持つ様々な地域資源や優位性を発掘・磨き上げ、効果的な情報発信を行うことで、本市ならではの良質なイメージを確立させる必要があります。」

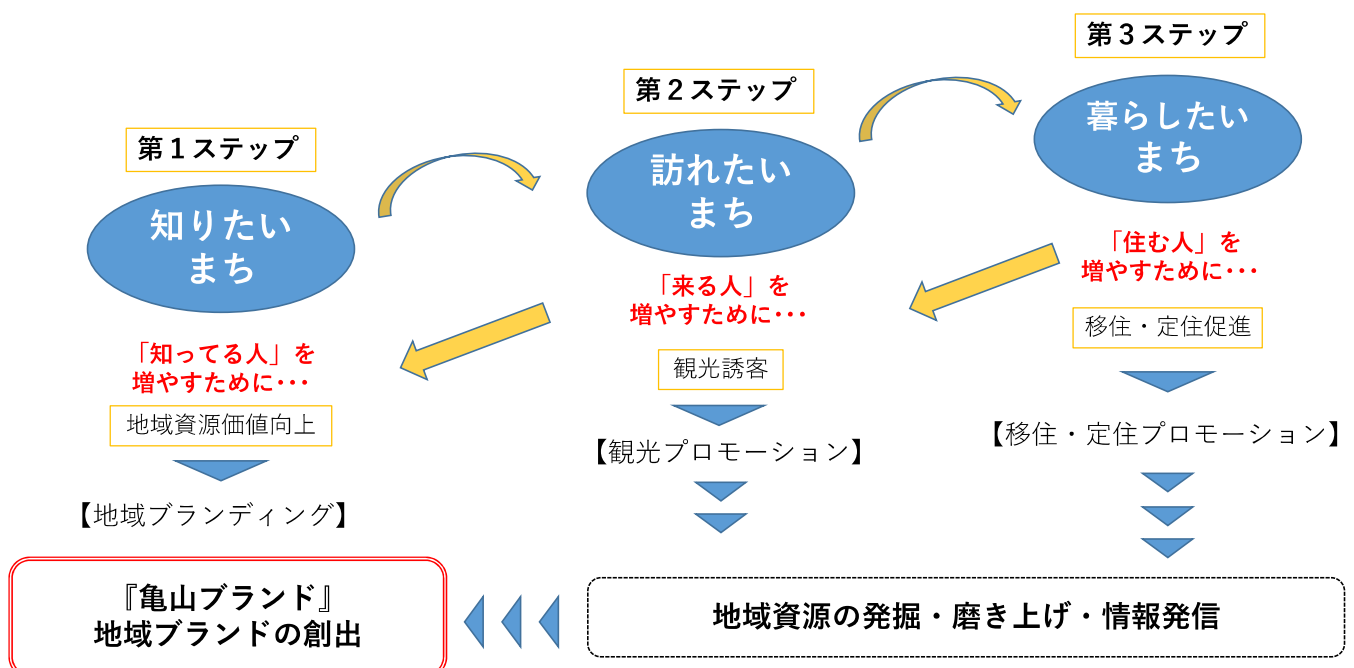
▶ 地域ブランディング（ブランド化）

「地域ブランド化とは、地域発の商品・サービスのブランド化と地域イメージのブランド化を結び付け、好循環を生み出し、地域外の資金・人材を呼び込むという持続的な地域経済の活性化を図ること」



3

🐢 『選ばれるまち』への3ステップ



4

🐢 基本目標

本市の特徴である温暖な気候、豊かな自然、伝統と風土、歴史文化を最大限に活かして生み出された製品や、新たに発掘・創出された産品を「亀山ブランド」として認定し、市内外の人々に情報発信することでシビックプライドや市のブランド力を向上させ、生産者の生産意欲や販売意欲を高め、産業振興と地域の活性化を図ります。

🐢 基本方針

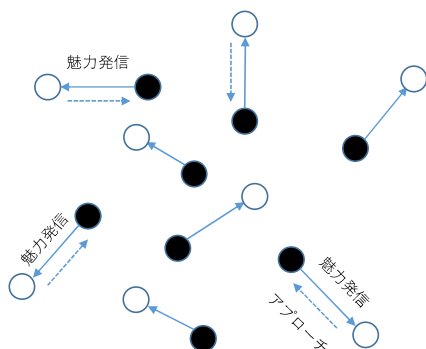
1. 地域資源の発掘をします
2. 地域資源を磨き上げます
3. 地域資源の情報発信をします

5

🐢 地域ブランド創出事業

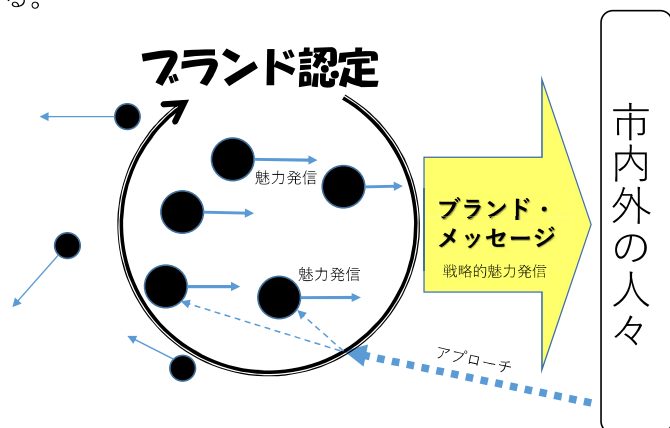
1. 地域資源の発掘『ブランド認定事業』【R3開始】

一体性・一貫性を持たせながら戦略的に市の魅力を発信するために地域全体の価値を提供できる産品を認定する。



分散型情報発信（個人戦）

- ・市内外の人に対し個々に魅力発信（商品のPR）
- ・個々へアプローチ（広がり小さい）



ブランディング型情報発信（団体戦）

- ・認定基準を満たす地域資源の発掘（ブランド認定）
- ・一体性・一貫性を持たせて魅力発信（地域のPR）
- ・市内外の人々がブランド価値を通してアプローチ（広がり大きい）

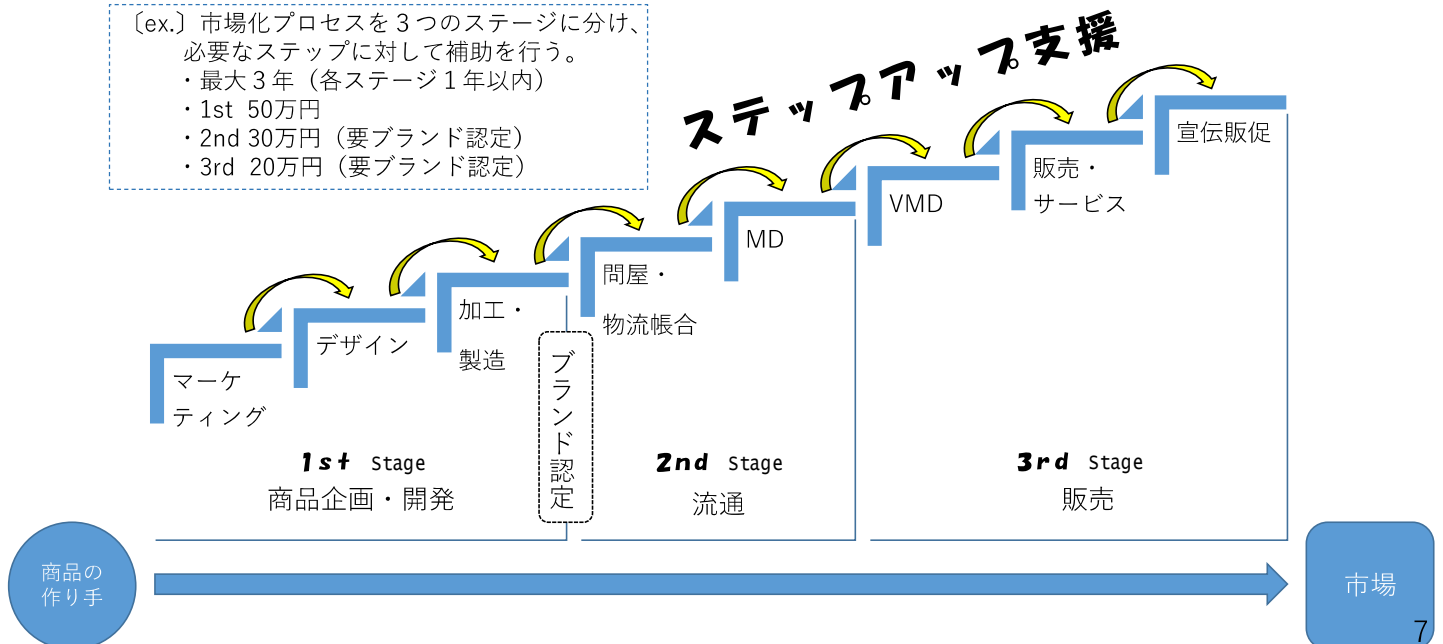
6

地域ブランド創出事業

2. 地域資源の磨き上げ『ステップアップ支援事業』【R4開始予定】

〔ex.〕市場化プロセスを3つのステージに分け、必要なステップに対して補助を行う。

- ・最大3年（各ステージ1年以内）
- ・1st 50万円
- ・2nd 30万円（要ブランド認定）
- ・3rd 20万円（要ブランド認定）



地域ブランド創出事業

3. 地域資源の情報発信『コミュニケーション戦略9』【R3開始】

①ネーミング・ロゴ・キャッチフレーズを作る

ブランドのシンボルとなるロゴを作成する。
ブランド推進に有効な広告表現を考案する。

②マスメディアの活用

新聞・雑誌・テレビ・ラジオの各マス媒体の特性を活かした的確で有効性の高い広報活動を実施する。

③行政情報としてリリース

信頼度の高い行政情報の一つとして、市長定例記者会見、広報、ZTVなどを活用した情報発信をする。

④OOHへの展開

ターゲットの生活動線に密着した路線での中吊り広告や駅貼りポスターをはじめ、看板などを作成する。

※OOH：Out Of Home mediaの略、「交通広告や屋外広告」のこと、OOHメディア

⑤プロモーション（イベント）

特産品をアピールするイベントに出展する。
県物産振興会主催の商業施設でのイベントに出展する。

⑥百貨店との連携

個々の売込み（個人戦）ではなく、地域ブランド認定商品として一団の商品として売り込む（団体戦）。

⑦WEBサイト製作、SNS活用

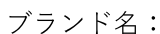
地域ブランドを市内外に向けて情報発信、魅力的な情報発信に重要なWEBサイトを構築する。
若者をターゲットとしたライブ感のあるSNSを発信をする。

⑧eコマースの活用

認定商品の紹介だけでなく、インターネットでも購入できる環境を整える。

⑨商品企画開発

商品の認定だけでなく、積極的に商品の企画開発を行い、「亀山ブランド」のブランド力向上を行う。



- ## 1. 認定の対象

市内で生産、製造又は加工されたもの。

- ## 2. 認定申請資格

農業、林業若しくは製造業やサービス業を営む個人、法人又はこれらを営む者で組織される法人若しくは団体であって、原則として市内に主たる事務所又は営業所を有する者で、かつ、市税に滞納がない者。

認定制度の概要

3. 認定基準

1) コンセプト

亀山の風土・自然・歴史・伝統・生活から培われてきたものであり、
亀山らしい魅力・価値があるもの。

2) 独自性

亀山ブランドとして独自性があり、工夫や創意、技があるもの。

3) 信頼性

法令順守・衛生・製造過程における安心・安全の確保がなされており、
亀山地域で生産・加工されているもの。

4) 市場性

商品としての魅力があり、パッケージ・容器・サイズ・雰囲気等が商品の
販売にふさわしいもの。

5) 将来性

販売実績又は将来への意欲や構想があるもの。

11

認定事業者インセンティブ10

①知名度向上と販売拡大

- ・知名度向上に比例して「欲しい」と思う人が増える。
- ・愛情を持ってくれる顧客が増えれば、口コミによる販売機会が広がる。

②リピート率の向上

- ・「思い入れ」が強いブランドになればなるほど、競合商品に対する「浮気」が起きにくくなるため、「リピート率」が高く顧客流出の可能性を減らすことができる。

③価格プレミアム

- ・感情移入の度合いが強まり、他には替えられないブランドになるため、類似商品より多少高くても選ばれやすい。
- ・価格競争になりにくく、価格を維持しやすい。

④ビジネス機会の拡大

- ・ブランドに対する期待をうまく利用することで、新しい市場の攻略を有利にすすめることができるようになる。
- ・「ブランド拡張」をしやすくなる。

⑤アライアンス機会の拡大

- ・ブランディングが成功すれば、生活者以外にも多くのステークホルダーを惹きつけるため、更なる成長のためのオプションが増えていく。

⑥仕入れコストの削減

- ・原材料の仕入れ数量も増えることになるため、仕入れ業者に対する価格交渉力が高まる。
- ・取引業者の取引実績となるため、価格を抑えた取引が実現されやすい。

⑦広告宣伝コストの削減

- ・指名買いが増えていくため、「たとえ広告宣伝をしていなくても、指名で買っていた状態」が創れる。
- ・プロモーションへの資本投下率が減少する。

⑧人材採用力の向上

- ・知名度の向上を通して「学生からの指名買い」が増える。
- ・ブランドに対する帰属心や貢献意欲が高い社員を採用できる。

⑨働く誇りの向上

- ・ブランドの成長が、自分の会社や職務に対する誇りへと変わる。
- ・社会から自分の仕事が認められたような感覚になり、誇りを持つようになる。

⑩認定事業者特別支援

- ・ステップアップ2nd・3rd-stageの支援を受けられる。
- ・プロモーションイベントへ出展できる。
- ・ふるさと納税返礼品としても全国的にPRできる。

※ブランド拡張：築き上げたブランドの知名度や魅力をうまく活用しながら、新しい市場に新事業・新商品を展開する戦略

※アライアンス：企業間の連携、異なる立場にある企業同士が利益を生み出すために協力し合う体制や経営スタイル

※ステークホルダー：企業が関わる様々な利害関係を担う相手

12

令和 2 年度事業スケジュール（案）について

令和 3 年度の地域資源の発掘「ブランド認定事業」に向けた協議及び準備を行い、地域資源の情報発信「コミュニケーション戦略 9」を推進する。

年月日	事業内容
令和 3 年 1 月 26 日	<u>令和 2 年度 第 1 回亀山市地域ブランド推進協議会</u> ○委員委嘱 ○協議会の組織について ○地域ブランド創出事業について ○今後のスケジュール等について
2 月	<u>令和 2 年度 第 1 回亀山市地域ブランド運営委員会</u> ○認定要領（認定基準、認定登録料等）について ○地域ブランドのブランド名及びキャッチコピーについて ○地域ブランド認定事業者の募集について ○令和 3 年度事業計画（案）について <u>コミュニケーション戦略 9（地域資源の情報発信）</u> ○ホームページの作成
3 月	<u>令和 2 年度 第 2 回亀山市地域ブランド協議会</u> ○認定要領（認定基準、認定登録料等）について ○地域ブランドのブランド名及びキャッチコピーについて ○地域ブランド認定事業者の募集について ○令和 3 年度事業計画（案）について <u>ブランド認定事業（地域資源の発掘）</u> ○事業者募集のポスター・チラシを作成
（予定） 4 月	<u>ブランド認定事業（地域資源の発掘）</u> ○事業者募集（ポスター及びチラシ配布、広報かめやまへ掲載） <u>ステップアップ支援事業（地域資源の磨き上げ）</u> ○支援事業の調査研究・制度設計 <u>コミュニケーション戦略 9（地域資源の情報発信）</u> ○ロゴマーク、パンフレット、グッズ作成の一括契約に向けプロポーザル方式による募集