

オーブン カレッジ

ふるさと納税制度は、自治体への寄付金のうち2千円を超えた金額を「寄付金控除」として翌年に納める住民税から差し引く制度で、寄付を受けた自治体から特産品がもらえるとして、昨年は約395万人が利用した。

高額返礼品などさまざまの問題が発生し、賛否両論の議論が行われ、大幅な見直しが行われたけれども、他方で全国各地のさまざまな産品を発掘し、これまでに全国に商品を販売する力の

地方からのマーケティング(5)

ンドの問題点と地方産品の優れた点を見直すことで、特徴のある地域産品が大きなマーケティング投資をしなくても自らの産品を拡販することができるようになった。

平松食品は、「つくだ煮」のメーカーである。「つくだ煮」といえば、東京や大阪の老舗メーカーの名前が思い浮かび、「三河つくだ煮」という名前を知っている、あるいは聞いたことがある人は少ないのではない

か。平松食品は1922(大正11)年の創業で、豊川市に本社を置いている。平松賢介社長は、その3代目で、1987年に平松食品に入

平松食品は、2000年にHACCP対応の御津工場を竣(しゅん)工させ、伝統の技術と最先端の技術や情報を融合させ、高品質で安全なマネジメントシステムを導入することによって、安全で安心なおいさを創造し、東京や大阪とは異なる「三河つくだ煮」のメーカーとして独自の道を歩んでいる。

ふるさと納税により

地域産品が脚光浴びる

社し、家業を継承した。

愛知県は自動車メーカーの工場の集積地というイメージがあるが、農業や水産業でも全国で有数の生産地である。それにもかかわらずそのイメージが薄いのは、「ブランド化」が下手なためと考えられる。

例えば、三河湾はフグの漁獲では全国でも有数であるにもかかわらず、県内では値がつかないために、わざわざ下関の市場に運ばれている。

愛知県内のメーカーが製造する「つくだ煮」は、

なかった地方中小企業にコストパフォーマンスにすぐれたマーケティングツールを与えたという点で大きな成果を上げたということが出来る。消費者が全国ブラ



梶山女学園大学
現代マネジメント学部教授
角田 隆太郎

つのだ・りゅうたろう マーケティング戦略論。神戸大学大学院経営学研究科博士後期課程単位取得後退学。