

広がる「ご当地ブランド」

自治体認定に人気

神戸が先陣 全国化も

2013. 8. 8



3月に開かれた「五つ星ひょうご」の内覧会は多くのバイヤー、メディア関係者でにぎわった

いわゆる「ご当地ブランド」の中でも、自治体が認定し、販路も用意する事業が活発になっている。「神戸セレクトション」が毎年大きく売り上げを伸ばし、全国化するブランドが相次いでいることがきっかけとなっている。今年3月には大阪府が「大阪製」ブランド、兵庫県が「五つ星ひょうご」を立ち上げた。予想以上に応募があり、人気は高まっている。

販路も 認証に応募続々

神戸セレクトションは神戸市の外郭団体、神戸市産業振興財団が新しい神戸ブランドの発掘、販路開拓を目的に07年度から始めた。当初は苦戦したが3年目から売りの上げが伸び始め、全国に知られるブランドが次々生まれている。百貨店での催事販売、楽天市場での期間限定販売

記録的売り上げ

と販路を揃え、着実に知名度を上げていった。
元々は食品が強かったが、最近では靴、バックなどファッションアイテムの売れ行きがいい。また、認定ブランド間でライバル関係が生まれ、切磋琢磨する

ようになったことも成長要因だ。

12年度の「神戸セレクトション6」は62商品を選定した。百貨店の催事では、大丸京都店が6日間で前年比25%増の8100万円を売り上げた。今年1月25日から2月3日までのヤマトヤン牛姫路店は、30%増の4667万円となった。同店での催事販売の記録を塗り替えたという。

予想大幅に超す

大阪府が始めた大阪製ブランドは府内中小製造業の優れた製品を広めるのが狙いだ。対象とするのは府内で生産された消費財（食品を除く）。予想を大幅に上回る応募があり、認証・発表を2カ月ほど延ばさなければならなかった。148社から229製品の応募があった。主催者は「大阪府のお墨付きでは、これまで製品版がなかったの

と、第1回ということで人気が出たのでは」と見る。

今回認証したのは12製品。このうちファッション関連はアイソトープの「研染め森林和紙ニット」、ガッツの極小財布「小さいふポキート」、大阪府繊維染色協同組合の「手染め注染白傘」、新興タオルの「おろしーん」など。今後、商工会議所と連携して商談会などを開く。