

## 【別紙】産地づくり方針・PR方針

区 分	産地づくり方針	PR方針
<p>品種ブランディング型</p> <p>(さつまいも、地鶏等)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 育成者権の管理を徹底し、県外への安易な流出を防ぐ体制を構築（知的財産の保護）</li> <li>・ 生産者間での品質のバラツキを抑える栽培マニュアルの整備</li> <li>・ 安定供給体制の構築</li> <li>・ 品種開発の継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 糖度や成分分析値など、他品種との明確な「違い」の可視化</li> <li>・ ストーリーと品種をセットでPRし、「鹿児島県の〇〇（品種名）なら間違いなし」という信頼感を醸成</li> </ul>
<p>地域特性訴求型（希少性訴求型）</p> <p>(桜島小みかん、アボカド、ピタヤ、きくらげ等)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「隔年結果」や「気候影響」のリスクを抑えるため、リスクヘッジ（例：施設栽培の導入等）や多拠点生産による安定供給体制の整備</li> <li>・ 限られた場所でしか作れない希少性を「プレミアム感」として維持するための基準・マニュアルの整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 世界自然遺産や特定の気候を生かしたストーリーを伝え、「日本で唯一」「国内シェア1位」といった事実をPR</li> <li>・ 高級百貨店や予約販売に絞ったチャンネル戦略の検討やチャンネル特性に合わせたSNS戦略の検討</li> </ul>
<p>文化・歴史訴求型</p> <p>(さつまいも、パッションフルーツ等)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 栽培の歴史や、鹿児島の食文化との結びつきを再定義し、ストーリーを体系化</li> <li>・ ストーリーを継承する若手生産者の育成を支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ストーリーを効果的に伝えるツール（PR動画やパンフレット等）を作成</li> <li>・ モノだけでなく「コト(体験)」としてのブランド価値を高める産地ツアーや伝統的な食べ方の提案などの体験型PR</li> </ul>
<p>統一基準設定型</p> <p>(大将季、きんかん、たんかん、茶等)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 糖度、色沢、形状などにおいて、上位クラスの「シンボリック商品」を明確に区別する厳格な選別基準を運用</li> <li>・ 高精度のセンサー選果機の導入など、消費者の信頼を裏切らない品質管理の徹底</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 基準をクリアした「トップブランド」の名称を強調し、贈答品需要を狙う</li> <li>・ 統一基準をクリアした証となるロゴなどによる販売先などでの差別化</li> </ul>