

## 第23回桜井市地域ブランド認定推進委員会 次第

日時：令和3年2月16日（火）14時から  
場所：桜井木材協同組合 2階 会議室

1. 令和2年度 事業報告  
（資料1）令和2年度 事業報告
  
2. 各事業者へのヒアリング結果報告  
（資料2）大和さくらいブランド認定品ヒアリング実施報告  
（資料3）令和2年度 認定品更新一覧
  
3. 令和3年度 年間スケジュール  
（資料4）令和3年度 桜井市地域ブランド認定推進委員会  
年間スケジュール
  
4. その他

## 令和2年度 事業報告

## 1 事業目的

令和2年度は、認定事業者の販売支援に重点を置き、本ブランドの認知度向上および販路拡大の観点から下記事業を実施した。

## 2 実施事業

## (1) 「大和さくらいブランド」のコンセプトメッセージおよびロゴの製作

本ブランドの内容を端的に消費者に伝え視認性を高め、他の商品との差別化を図り販売意欲へとつなげるために、コンセプトメッセージ（「もっと、あたらしく。ずっと、なつかしく。」）およびロゴを製作した。

【参考資料】 「ブランドコンセプトとブランドメッセージについて」  
「ブランドロゴ デザイン図」

## (2) 上記を活用したリーフレットおよびブランドボードの製作

上記のコンセプトメッセージおよびロゴを用いたリーフレットを製作した。リーフレットの活用方法としては、事業者が認定品を販売、郵送する際に同封し、本ブランドの発信を行っていく。

また、ブランドボードを製作した。ブランドボードの活用方法としては、認定事業者の店頭を設置していただくことで、各店舗に訪れる消費者に本ブランドの内容の周知を図っていく。

この2つにより、認定品を取り扱う事業者であることをより明確にし、商品に付加価値をつけていく。

【参考資料】 「リーフレット デザイン図」  
「ブランドボード デザイン図」

## (3) ロゴを活用した販売促進物の製作

大和さくらいブランドの認定品であることを売場で強調するため、スウィングPOPを製作した。スウィングPOPは、すでに認定品を取り扱っているまほろばキッチン、小売業や認定事業者に配布し、売り場での他の商品との差別化を図っていく。

【参考資料】 「スウィングPOP デザイン図」

(4) 市観光パンフレット「さくらい」への情報の一元化

従来は本ブランド独自のパンフレットを製作していたが、市観光パンフレット「さくらい」に本ブランドを追記し、観光地の情報との一元化を行った。

これにより観光地に訪れる消費者が各事業者の店舗へ訪問する機会づくりを目的としている。

(5) BtoB の取り組み

本年度の事業委託先であるアド近鉄を通じ、下記のとおり BtoB の取り組みを実施し、また予定している。

事業者	日時	内容
近商ストア	令和3年1月15日	認定品の取り扱いなど意見交換
近鉄百貨店	令和3年2~3月(※)	同上の予定

※ 大阪府下での緊急事態宣言発令に伴い、状況をみながら日程を調整する予定。

(6) 桜井市内でのイベント参加

イベント名 大和桜井横丁

日時 令和2年12月26日(土)

場所 エルト桜井 1階

内容

とれたての新鮮食材を地元の方に届ける「大和桜井横丁」と題するイベントで大和さくらいブランドの情報発信を行った。



(7) 関西圏での物販イベントの中止に関して

当初計画では、令和3年1月もしくは2月に大和さくらいブランド認定品を主とする物販イベントを大阪市で行う予定があったが、新型コロナウイルス感染症の影響に鑑み、中止した。

## 大和さくらいブランド認定品ヒアリング実施報告

## 1 実施日時

令和3年1月19日から2月1日までに28品、事業者22団体（三輪そうめんは2団体にヒアリング）にヒアリングを実施。

※事業者毎は別紙参照

## 2 ヒアリング結果報告

## (1) 物販（販路拡大の意向）に関して

## ① 小売業に商品を置く機会がある場合（長期的な内容）

【積極的に参加：1品 条件次第：20品 参加しない：7品 非該当：1品】

大和さくらいブランド認定品のほとんどが薄利であり、マージン料が必要となると赤字になるところが多かった。また、ある程度発生しても良いとする事業者でも最大が40%（6掛）であり、1事業者であった。

また、食品は保存料不使用なため消費期限が短く、小売業に置くのが適さない商品が多かった。また、製品については、単価が高く、販売するための展示品・試着品とする製品が多くなるのは事業者への負担が大きいことが分かった。

さらに、取引関係にある卸事業者がほとんどなく、直接の取引になるところが多かった。

## ② 催事などイベントで販売する場合に関して（短期的な内容）

【積極的に参加：6品 条件次第：21品 参加しない：1品 非該当：1品】

①に比べると前向きな事業者が多く、人員の派遣は繁忙期などでなければ可能と概ね了承を得た。

意見が多かったのは、売上が見込めるイベントであることが挙げられた。具体的には物産展や〇〇フェアのように買物が目的の客が来るイベントであって、講演会や無料イベントと抱き合わせの物販イベントは、参加者は無料イベントに参加するのが目的であるため購買意欲が低く売上が望めないため消極的な印象を受けた。

また、単価が高い商品は即売会では売れないため、イベントの内容と商品が合う場合や展示ぐらいという気持ちであった。

## ③ 雑誌掲載など情報提供する場合

【積極的に参加：23品 条件次第：5品 参加しない：1品】

意向としては最も多かった。

行政が問合せの窓口になり、また事業者の負担も少ないのも大きな理由と思われるが、コロナの影響でイベントなど先がみえない現状に鑑み、メディア露出には積極的な意見が聞けた。また、店に来てもらって利益が出るという事業者も多かった。

## (2) 総括

ヒアリングを行った結果、事業者が最も望んでいるのはメディア露出や情報発信であった。もっとも、全てではないので慎重にはすべきである。

小売業に置くことに関しては、ハードルが高く、またほとんどの事業者の意向にも合わないことがわかった。

イベントについては、積極的な事業者と消極的な事業者とが分かれ、単価が安くイベント慣れしている事業者は積極的な印象を受けた。また、売上より PR という側面で捉え積極的な事業者もあった。

## 令和2年度 認定品更新一覧

認定回	認定番号	認定日	認定期間	更新申請日	申請品名称	申請者
第3回	13	平成29年12月1日	令和3年3月31日	令和3年1月27日	まきのもも	株式会社 吉方庵 代表取締役 鍵谷 安利
第3回	14	平成29年12月1日	令和3年3月31日	令和3年1月27日	三輪一献	株式会社 吉方庵 代表取締役 鍵谷 安利
第3回	15	平成29年12月1日	令和3年3月31日	令和3年1月27日	三輪福来	株式会社 吉方庵 代表取締役 鍵谷 安利
第3回	16	平成29年12月1日	令和3年3月31日	令和3年1月25日	大和おいね	井上ふとん店 井上 佳輝
第3回	17	平成29年12月1日	令和3年3月31日	令和3年1月29日	ならわしノート・現代和綴	やまとびと株式会社 代表取締役 堀井 清孝
第3回	19	平成29年12月1日	令和3年3月31日	令和3年1月29日	名物 ミワコロッケ	末広 西本 瀧子
第3回	20	平成29年12月1日	令和3年3月31日	令和3年1月22日	鼓の里 木製ボールペン 桜	夢咲花 森本 英雄
第3回	21	平成29年12月1日	令和3年3月31日	令和3年1月21日	さらいのとろぷりん	さらい 福辻 正男
第3回	22	平成29年12月1日	令和3年3月31日	令和3年2月2日	蔵造り 奈良絵・木桶仕込本醸造しょうゆ	大門醤油醸造 大門 奈良子
第3回	23	平成29年12月1日	令和3年3月31日	令和3年2月2日	蔵造り 奈良絵・木桶仕込本醸造山椒しょうゆ	大門醤油醸造 大門 奈良子
第3回	24	平成29年12月1日	令和3年3月31日	令和3年1月28日	茶臼山ドレーヌ	MAMAN 東野 源一

## 令和3年度 桜井市地域ブランド認定推進委員会 年間スケジュール

	桜井市地域ブランド認定 推進委員会	認定作業	プロモーション	事務局作業	備考
4月					
5月					
6月	第24回委員会			第7回認定品募集チラシ作成 (予定)	一次産品生産事業者から、申請時期を指定した申し出があった場合、変更する可能性あり。
7月					
8月		↑ ↓	第7回認定品 申請の受付 (予定)	8月号市広報へチラシ折込 (予定)	
9月					
10月	第25回委員会(審査 会) (予定)	第7回 認定品 審査 (予定)			
11月					第7回認定品 認定証授与式 (予定)
12月					
1月			第7回認定品 市広報誌掲載		
2月	第26回委員会	来年度事業の検討			
3月					

## 基本ロゴマーク

この基本ロゴマークは今後あらゆるコミュニケーションの場で大和さくらいブランドイメージ形成の核となるものです。また、ロゴやマーク、メッセージの各要素を変形させたり、移動させたりすることはさせたりすることはできません。デザインスペース等を考慮して活用してください。

基本組合せ

もっと、あたらしく。  
ずっと、なつかしく。



大和さくらいブランド  
YAMATO SAKURAI BRAND



ひみこちゃんとの  
組合せ

もっと、あたらしく。ずっと、なつかしく。



大和さくらいブランド  
YAMATO SAKURAI BRAND

最小使用サイズ規定はロゴマークの視認性・可読性・視認性を確保するためのものです。ただし、コミュニケーションの対象者が高齢者に限られるような場合はこの規定よりも柔軟に対応するようにしてください。

もっと、あたらしく。  
ずっと、なつかしく。

大和さくらいブランド  
YAMATO SAKURAI BRAND

18mm

もっと、あたらしく。  
ずっと、なつかしく。

大和さくらいブランド  
YAMATO SAKURAI BRAND

18mm



【表面】

### 奈良県桜井市とは

桜井には、“日本に初めて”の足跡が数多く残されています。  
日本に初めて仏教が伝来したのも桜井です。  
万葉集が詠み始められたのも桜井です。  
相撲の原型、力自慢の二人が力比べをしたのも桜井です。  
日本最初の劇場、「土舞台」にて芸能が始まったのも桜井です。  
最古の市（いち）、最古の街道、最初の醍醐  
こんな桜井は、「はじまりの街」とでも言いましょうか。

### 大和さくらいブランドとは…

桜井市にある桜井らしい個性と魅力を持ったさまざまな素晴らしい産品（資源）の中から  
桜井市地域ブランド認定推進委員会が認定し、  
桜井市長が認定したものを「オールさくらい」の商品として取り扱い  
総称として「大和さくらいブランド」と呼ぶものです。



### お問い合わせ

奈良県桜井市 まちづくり部 観光まちづくり課  
桜井市 奈良県桜井市大字東院 432-1 TEL.0744-42-9111



大和さくらいブランド  
認定 マーク

もっと、あたらしく。  
ずっと、なつかしく。



大和さくらいブランド  
YAMATO SAKURAI BRAND

【裏面】





もっと、あたらしく。ずっと、なつかしく。



# 大和さくらいブランド

YAMATO SAKURAI BRAND

多くの歴史に彩られたまち、桜井。

仏教伝来、万葉集発耀、相撲発祥、芸能創生、最古の市(いち)、最古の国道、最初の蹴鞠。

この地には、今もいにしえの物語が息づいています。

「大和さくらいブランド」は、先人たちが残していった、いにしえのモノやコトを大切に、

次代にフィットする「あたらしい」ものづくりを通じて、

「なつかしい」豊かなひとときを紡いでいきます。



桜井市



もっと、あたらしく。ずっと、なつかしく。



大和さくらいブランド  
YAMATO SAKURAI BRAND