

生産者はメーカーの
工夫と努力を知り
メーカーは病気・害虫
天候相手の畑を見て
お互いの理解を深めた

2009年3月
青じそ加工研究会
を代表する三社が

『経済産業省・農林水産省
農商工連携等事業』
に認定

そして迎えた09年4月 青じそ加工研究会の キックオフ会



青じそブランドを 最高に見せる努力と演出

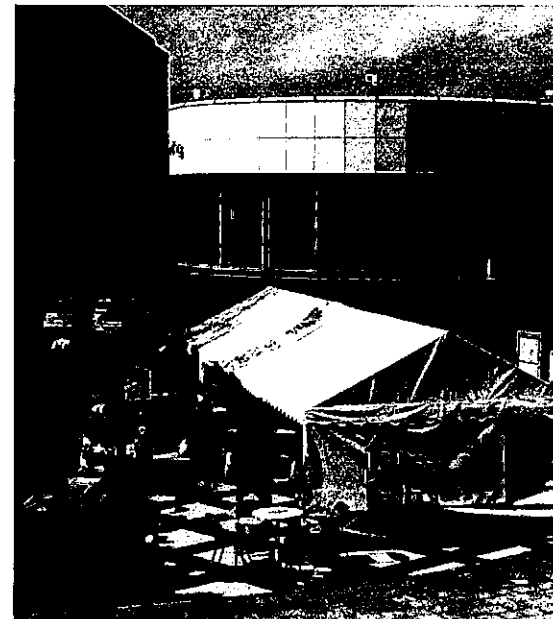
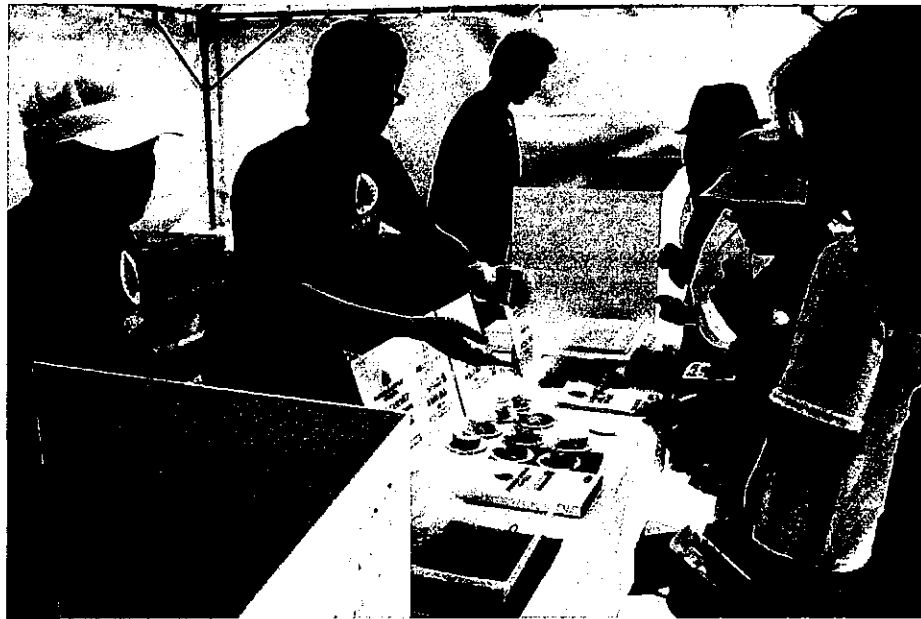


調理、盛付、演出の
すべてを全員で手掛け
多くのことを学んだ



私たちの商品は
無名のブランドでも
試食を通して
直接伝えることで
人の心に大きく響く

09年9月
名古屋初デビュー
星が丘テラスで試食販売

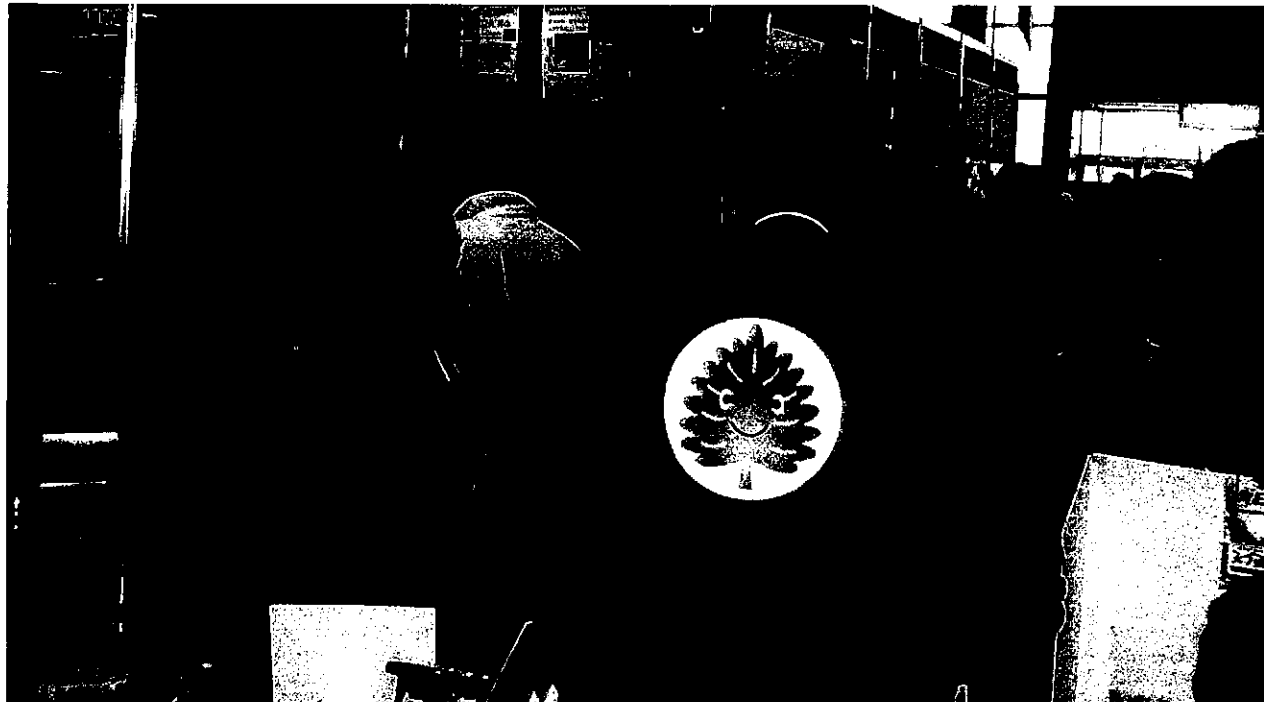


値段を聞かずに
商品を買う
お客様の存在にびっくり！



お客様が
満足できる商品は
価格を問わず
買っていくという事実

09年11月
あいちふるさと農林水産フェア
試食販売に初参加



70%が中高年のお客様。
4,000人に試食を出し
400人が商品を購入

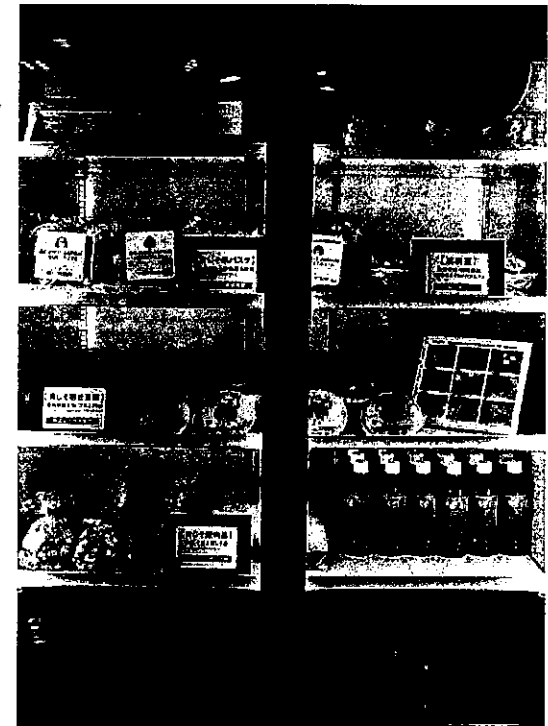


そこから学んだことは
催事内容や地域、場所
によって
お客様のタイプや
消費行動が異なる

2010年3月東京幕張 FOODEX JAPANに出展



高島屋二子玉川店の バイヤーから評価された 『デザイン・味・素材感』



そして、3カ月後に
二子玉川店へ催事出店。
お客様から多くを学び・・・



青じそ商品を1年間分
契約買いして下さった
お客様から言われたこと

「いずれあなた達の
商品は世の中に
認められる存在となる」

2010年6月
経済産業省の
地域を活性化する
「ベストプラクティス30」
に青じそ加工研究会が
全国30事例の1つに！

そして

青じそ商品と共に

『豊橋産・青じそ』

は全国各地で話題に

されるようになった

小さな一社でも
お互いの力を
連携させて
活動することで
新しい風を生んでいく

2010年9月合宿研修を行い 青じそ商品のブランド化について それぞれの考えを出し合った



2010年10月
メンバー全員で青じそ尽くしの
パーティー料理に取り組む。



2010年11月ナゴヤドーム あいちふるさと農林水産フェア



女性の感性に訴える 見せ方がお客様の心を掴む



青じそ商品の
コンセプトとデザイン
ヘルシーな味と香り
に敏感に反応する
女性たち

2010年11月名鉄百貨店 地下食品売場で試食販売



商品を作った人が
売場に立つだけで不思議に
その商品が売れていく



青じそ商品は
食べた人の感動が
多くの顧客を
つなげていく

これからが正念場！

**AOZISO JAPAN
BRAND**

そして、

意識して考えていくこと・・・

「生産者」と
「加工メーカー」の
連携の極意がある

『餅は餅屋』

お互いの専門分野を
極め続けてこそその力
より優れた「青じそ」が
あればこそ
輝く「商品」ができる

お互いの真剣努力が
しっかりと連携できてこそ
大きな力となり
次の世代が引き継ぐ
地域ブランドになる

わたしたちはお客様に
何を提供しているか
わたしたちの価値は何か
きちんと応えられるか？

わたしたちは
同業者と
何が違うのか

そこを意識し磨いているか？

お客様は
わたしたちに
何を求めているか

それを知る
努力をしているか？

お客様は
どんな理由で商品を買
何に満足しているのか

考えたことはあるか？

日常に追われても
常に考え続け
準備していないと
チャンスは掴めない！