

第2回youthミーティング

2022年度

松山愛郷会youth

まつやま農林水産物ブランドのさらなる
認知度向上に向けて

グループ1 川又天斗（リーダー・明治大学3年）

曾我部峻貴（株愛媛銀行ソリューション営業部） 武井勇也（株ZOZOテクノロジーズ）

松長美咲（横浜市立大学3年） 松本卓也（株伊予銀行東京支店）

明賀優介（ソフトバンク株） 藤田櫻子（東京都立大学4年） 和家涼平（株愛媛銀行東京支店）



1. ブランドの認知向上を実現する方策について
2. さらなる認知向上を目指して

ブランドの認知向上を実現する方策

A hand holding a black smartphone against a dark wood-grain background. The background is filled with semi-transparent, glowing red icons and numbers representing social media metrics: speech bubbles with numbers (5, 8, 7), hearts with numbers (4, 3), thumbs-up icons with numbers (31, 14), and person icons with numbers (8, 3, 2, 6).

SNS・Webサイトを活用した認知度向上策



ブランドのストーリーを伝える



マツヤマルシェのSNSで届けること

生産者
の想い

ライブ
コマース

トレーサ
ビリティ

マツヤマルシェのSNSで届けること

生産者
の想い

ライブ
コマース

トレーサ
ビリティ

活用例① 生産者の想いを伝える



<https://www.instagram.com/t.ikawa.2525/?hl=ja>

投稿内容

生産者のブランド品に対する想い
ブランド認定までの苦労
生産過程のこだわり



ファンの増加

ブランドへの感情移入を促すことができる
生産者への共感からブランド認知が深まる

マツヤマルシェのSNSで届けること

生産者
の想い

ライブ
コマース

トレーサ
ビリティ

活用例② ライブコマースで「コト」売り



投稿内容

生産者を交えてのブランド品紹介
シェフを招いての料理動画
松山にゆかりのあるインフルエンサーを招待



体験を通じた「コト」売りで
さらなる認知向上

生産者と消費者の双方向的なコミュニケーションが可能
ブランドを一番理解している生産者の生の声がきける

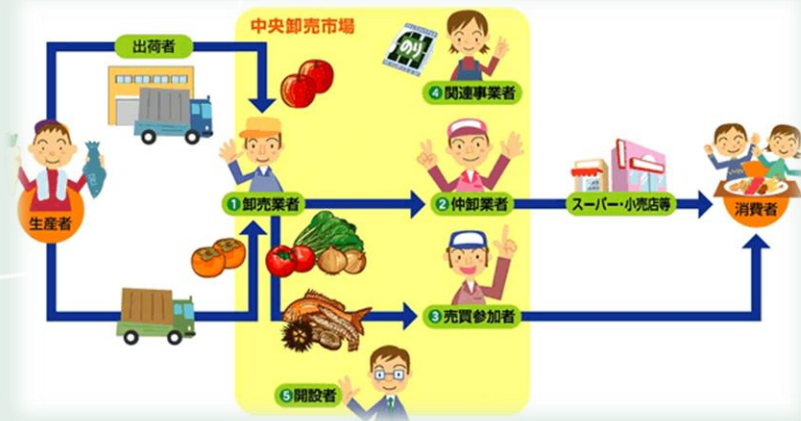
マツヤマルシェのSNSで届けること

生産者
の想い

ライブ
コマース

トレーサ
ビリティ

活用例③ トレーサビリティで安心感を



投稿内容

ブランド品が出荷されるまでの過程
流通の中でのこだわり
仕入れ先の店舗の紹介



ブランドへの安心感
認知後の購買につながる

ブランド品がどのように食卓に届いているかわかる
食材を安心して食べることが出来る



マツヤマルシェのSNSが届けること

生産者の
想い

ストーリーを知りブランドに親しみを感じてもらおう

トレーサ
ビリティ

ライブ
コマース

さらなる認知向上を目指して



『里島めぐり』で農泊・農業体験

収穫の喜び、食べ物大切さを感じてもらう
ブランド品を直接手に取ってもらう
体験からブランドに関心を持ってもらう



消費者目線でのブランド紹介
農業体験を SNS で発信

- ① ブランドのストーリーをSNSで発信し、
ブランド認知を高める
- ② 消費者側のSNSユーザーにも農業体験を通して、
ブランドの認知向上に参画してもらう

ご清聴ありがとうございました

参考文献

- まつやま地産地消～マツヤマルシェ～ <https://m-chisanchisho.com/about>
- JAタウン <https://www.ja-town.com/shop/g/g7201-0128a/>
- ポケットマルシェ <https://poke-m.com/>
- 食べチョク <https://www.tabechoku.com/>
- 農家Instagramアカウント参考例 <https://www.instagram.com/t.ikawa.2525/?hl=ja>
- 馬頭環境保全会 https://www.maff.go.jp/j/nousin/kanri/attach/pdf/jirei_syu-78.pdf
- 富良野ファームビジット <https://yamabe-machinet.sakura.ne.jp/wordpress/wp-content/themes/yamabe-machinet/pdf/pamphlet2022.pdf>
- 南大泉加藤農園 <https://nouen.tokyo/>
- 課題解決マーケティング情報サイト <https://www.d-sol.jp/blog/what-is-live-commerce-what-you-can-do-using-live-commerce-1>