

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 smartphone with various social media icons and numbers floating around it, set against a dark wood-grain background. The icons include hearts, thumbs up, speech bubbles, and person silhouettes, each with a number. The numbers are: 5, 6, 8, 4, 8, 3, 31, 1, 7, 2, 14, 3, and 4.

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思い
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

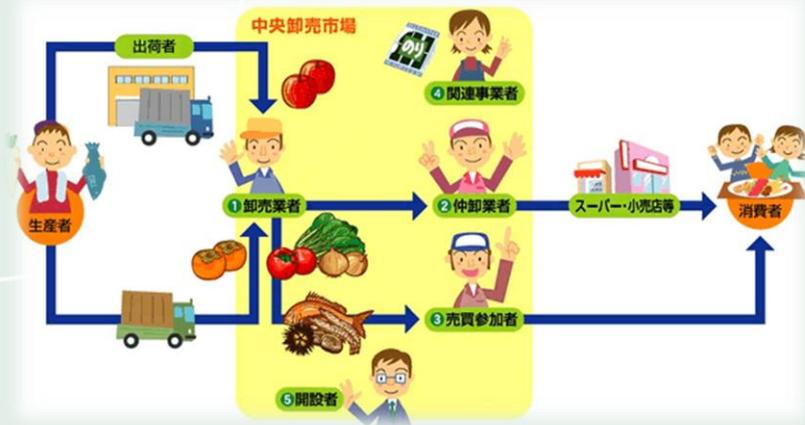
マツヤマルシェのSNSで届けること

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>