

ブランド化部門活動の取組形態

着目点		取組形態
「食」ブランド化 推進方針に基づく ブランド化の取組	ブランド戦略の策定 がなされている。	ア 明確なブランド戦略（ブランドコンセプト、ブランド イメージ）の立案 イ ブランド化を推進するための組織体制の確立
	売れるものづくりの 努力がなされてい る。	ウ ブランドストーリーや背景の明確化 エ 消費者ニーズを的確にとらえた真摯なものづくり による「基本価値」の向上 オ ネーミング、商品マークやパッケージデザイン等の 「情報価値」の付加と向上
	販路の確保と商品ア ピールがなされてい る。	カ 差別化ポイントやブランド基準の明確化 キ 販路確保・拡大に有効な取組
	ブランド管理がな されている。	ク ブランド価値を下げるリスクへの対策 ケ ブランド管理体制の整備 コ 特許、商標等の取得 サ 出荷基準、製造基準や衛生基準等の遵守
	「食材王国みやぎ」 の普及・浸透がなさ れている。	シ 地域の魅力など「周辺価値」を県産品とともに情報発 信 ス 「食材王国みやぎ」の発信やイメージ確立への貢献
	連携の強化がなされ ている。	セ 「食材王国みやぎ推進パートナーシップ会議」への積 極的参画等、情報共有及び連携の充実 ソ 生産者・製造実需者、消費者、マスコミ、市町村等関 係者との情報共有及び連携の充実
その他の取組	タ その他「ブランド化」に資する取組	