

ブランド化とは？



認知を高めるための  
コミュニケーション

ブランド定義

- ・誰に
  - ・どういう物語で
  - ・何を
- 認知して欲しいか？

ブランド化商品Ⅰのイメージ



南三陸戸倉産殻付きASCオイスター  
(シャルドネ専用)  
4個 2,000円  
ターゲット：東京都内（青山、表参道など）  
に住む40代～60代のマダム向け

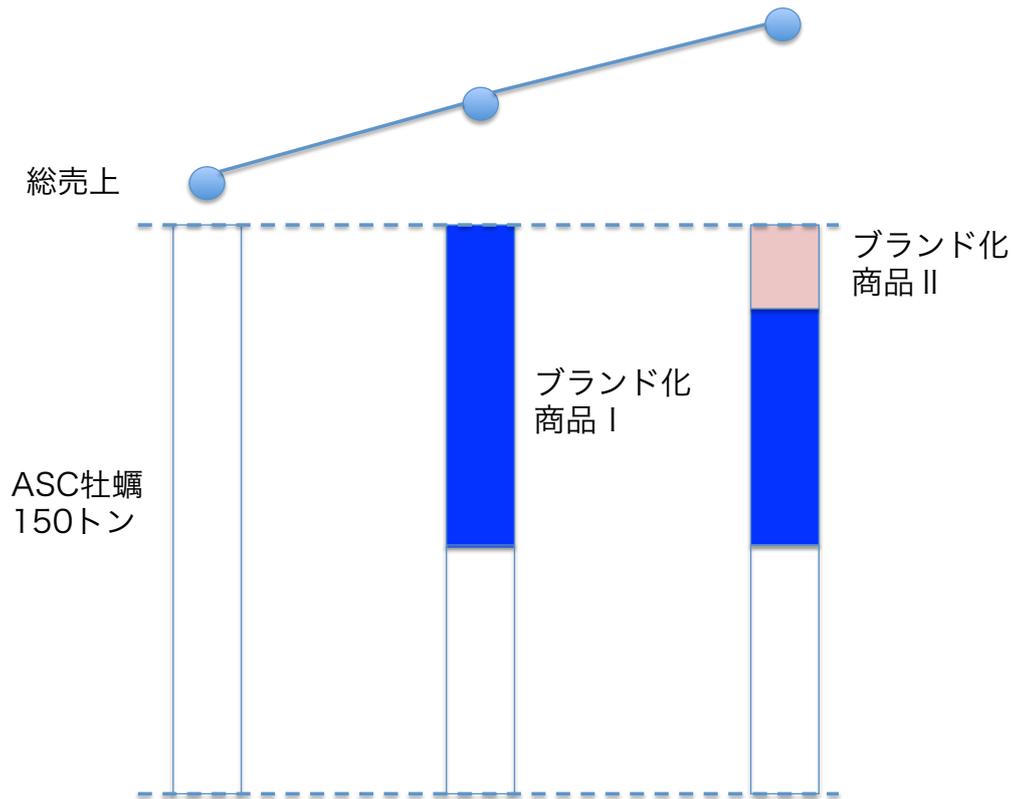
南三陸町の手入れの行き届いた山（FSC認証を取得）からの水に育まれ栄養分を豊富に蓄えた戸倉地区産の牡蠣。

牡蠣棚牡蠣の間を離して、牡蠣の隅々に栄養が行き渡りかつ、自然環境の保全にも繋がるASC認証に準拠した生育方法で手間ひまかけて育てました。その品質には絶対的な自信があります。

FSC認証の山からの水で獲れたASCの牡蠣は世界でも唯一の商品です。

南三陸の水質環境から取れる牡蠣は、さっぱりした甘みと塩気の絶妙なバランスで、白ワインのシャルドネの品種が最も適しています。（北海道の牡蠣は濃厚でクリーミー）

※ブランド商品Ⅱはさらにバージンオイスターの15g以上に限ったもの（価格50%増）など



### 狙いたい効果

