

## ブランド化とは？



これを消費(使う、食べる)すれば  
必ず××という気持ちになる

という  
**認知**

確信を繰り返すことで  
ブランドへの  
**信頼**  
が高まる



商品

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

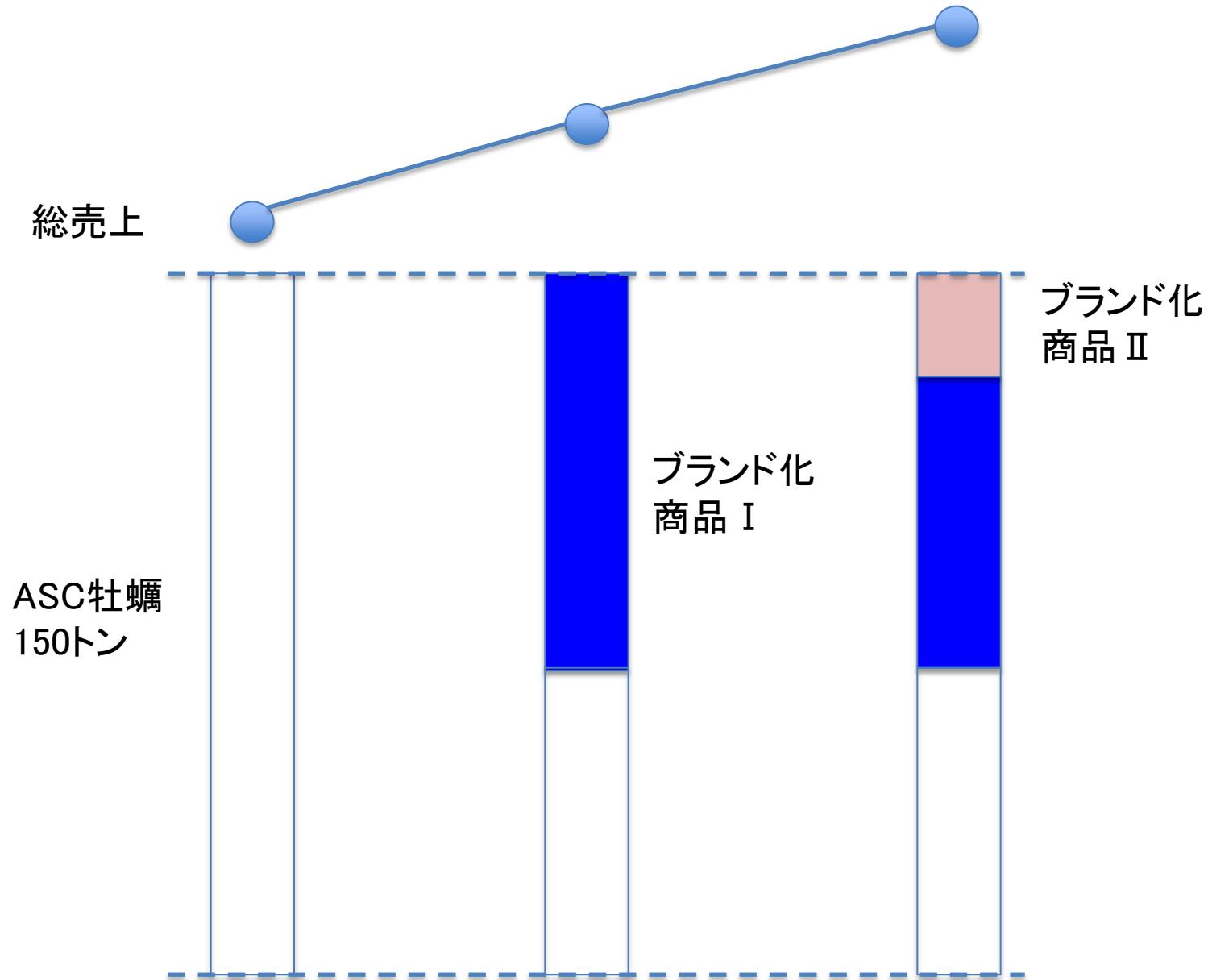
南三陸町の手入れの行き届いた山(FSC認証を取得)からの水に育まれ栄養分を豊富に蓄えた戸倉地区産の牡蠣。

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

小売/消費者

1,000円



1,500円

加工業者/卸売

700円



1,050円

一次産業者

400円



600円