

「阿波ふうど」のブランディングと販路開拓を加速

マーケットを『拓く』

【平成29年度当初予算額 282,876千円】

Turn Table(とくしまブランドギャラリー)
魅力発信事業 262,000千円

- ◆目的
徳島ファン拡大から「とくしま回帰」へ
- ◆ターゲット
首都圏の消費者, 情報感度の高いインフルエンサー, 国内外から訪れる観光客
- ◆手法
渋谷区に, 食とライフスタイルをテーマにした情報発信拠点を開設, 戦略的な徳島発信を展開(施設開設と各種イベント開催など)

とくしま特選ブランド100選創出事業
3,835千円

- ◆目的
世界に誇れるプレミアムブランドとして浸透, 県産品の販売拡大へ
- ◆ターゲット
県産品ならではの付加価値を求める国内外の消費者や実需者
- ◆手法
登録商品の拡大と, 商品力, 販売力の向上を専門家等が支援(商品力向上ワークショップなど)



ブランドサポーター強化事業
4,354千円

- ◆目的
「阿波ふうどスペシャリスト」創出と県産品の販売拡大
- ◆ターゲット
県産品への認知度が低い首都圏の飲食店経営者など
- ◆手法
全国の消費者や実需者に「阿波ふうど」の価値を丁寧に説明(食材提案会やSNS発信など)

消費地プロモーション展開事業
10,187千円

- ◆目的
「阿波ふうど」の販路拡大とブランディング
- ◆ターゲット
首都圏ではこだわりの飲食店, 関西圏では卸売市場関係者を重視
- ◆手法
品質・こだわり・ロットなど, 消費地ニーズを的確に捉えた戦略的なプロモーション(トップセールス・シェフツアーなど)

新

「'17食博覧会・大阪」
阿波ふうど発信事業 2,500千円

- ◆目的
「阿波ふうど」の魅力再発見と徳島へ誘客
- ◆ターゲット
関西圏に住む「食とツーリズム」に関心の強い一般消費者
- ◆手法
国内最大級「食」のイベント「食博覧会」へ出展し, 「阿波ふうど」の魅力を強力に発信(厳選した県内事業者によるPR販売など)



阿波ふうど
AWA FOOD



「阿波ふうど」の魅力と価値に共感する「徳島ファン」を全国に拡大!

担当: もうかるブランド推進課