

# 山形セレクションブランド化戦略

平成18年 3月策定

平成22年11月改訂

山 形 県

# 山形セレクションブランド化戦略

## 目 次

### はじめに

- 1 山形セレクションに取り組む背景 . . . . . 1
- 2 山形セレクションブランド化戦略改訂の経過 . . . . . 1
- 3 山形セレクションブランド化戦略の対象期間と進行管理 . . . . . 3

### I 山形セレクションの基本的方向

- 1 山形セレクションのねらい（山形セレクションとは） . . . . . 4
- 2 山形セレクションの基本フレーム . . . . . 5

### II 「山形基準」

- 1 基本理念 . . . . . 6
  - (1) コア・コンセプト . . . . . 6
  - (2) コンセプト . . . . . 6
- 2 分野別認定基準 . . . . . 6
  - (1) 農林水産分野 . . . . . 7
  - (2) 加工食品分野 . . . . . 8
  - (3) 地場産業型工業分野 . . . . . 9
  - (4) 観光・関連サービス分野 . . . . . 10

### III セレクション

- 1 認定の視点 . . . . . 11
- 2 認定の対象 . . . . . 11
- 3 認定の申請 . . . . . 12
- 4 認定の審査及び決定 . . . . . 12
- 5 認定の有効期間 . . . . . 12
- 6 認定を受けた県産品、観光・関連サービスの管理 . . . . . 13
- 7 認定に係る重要事項の見直し . . . . . 14

### IV プロモーション

- 1 基本的方向 . . . . . 15
- 2 展開方策 . . . . . 16
- 3 ターゲット分類 . . . . . 17
- 4 山形セレクションのブランドイメージを高めるための取組み . . . . . 18

### V インキュベーション . . . . . 20

# はじめに

## 1 山形セレクションに取り組む背景

本県には、「歴史」「風土」「伝統」「文化」など、多くの秀でた素材がある。

山形の「歴史」と「風土」は、脈々と息づく人々の営みと、懐の深い自然が巧みに調和をなし、「伝統」と「文化」は、幾世代を越えて伝え継がれてきた優れた手技や、農の営みが育んだ彩り豊かな大地の恵みに現れ、多くの人のこころを満たす力を備えている。

これらは、人々の日々の生活の身近なところで生まれ、悠久の流れの中にあっても変わらない普遍をなすものでもあることから、私たちは、本当の素晴らしさを見落としがちである。

営々と積み重ねられてきた先人の努力の上に築き上げられてきた「大いなる宝」として、また「地域の誇り」として、これらを自覚しなければならない。

そして、百年後の山形を支える未来の世代にあっても、同じく「誇り」としていけるようにすること、それが、今を生きる私たちの責務であるともいえる。

一方、広く外に目を転じると、目まぐるしく動く時代、多様な価値観の噴出などを背景として、「大衆」から「個」へ、「モノ」から「こころ」へと、人々の価値観が大きな変化を遂げつつある。

「大量」に「モノ」をつくり出し、市場に送り出していくことが評価される時代から、一人一人の「こころ」を満たす「選りすぐりの本物」を手渡しすることが、評価される時代へと変わりつつある。

「こころを満たす選りすぐりの本物」こそ、私たちの「宝」そのものであり、広く全国、世界に山形を発信していく絶好の機が訪れているといえる。

このようななか、「山形セレクション」は、数多くの「産品」や「サービス」から、高い基準をもって選りすぐり、山形の「宝」として発信することによって、さらに評価が高まるような「好循環」を創り出していくことを目指し、平成18年に始まった取組みである。

歴史家で元駐日アメリカ大使のエドウィン・ライシャワー博士が「山の向こうのもう一つの日本」として讃えた、山形の「誇り」を一段と高めていくこと、これを目的として官民協力して取組んでいきたい。

## 2 山形セレクションブランド化戦略改定の経過

### (1) これまでの取組み

平成18年3月に策定した「山形セレクションブランド化戦略」に基づき、同年4月に「山形セレクション認定制度実施要綱」及び「分野別認定要領」を制定し、セレクション、プロモーション、インキュベーションの事業を展開してきた。

セレクションについては、平成18年度から21年度までで268件193事業者が認定されており、認定を受けた事業者をはじめ消費者・流通関係者に

において、年々、認定された県産品・サービスの品質の高さや厳格性に対する認識が高まるとともに、品質の高さに着目した取引が増加してきている。

## (2) ブランド化戦略の推進方策の見直し

ブランド化戦略については、平成18年度から20年度までの取組みの実績、成果及び課題等を評価検証のうえ、必要に応じて改善を行うこととされていたことから、平成20年度及び21年度に、これまでの成果及び課題を踏まえ、見直し検討を行った。

見直しの結果、制度運営に民間の持つ商品や販売についての知識や経験が活かせるよう、平成21年度より順次、民間の力を活用した制度運営体制に移行する。

具体的には、セレクションの審査・認定、分野別のプロモーション、インキュベーションを民間に移行し、県は、制度全体のプロモーション、民間による制度運営への移行支援、民間の行うプロモーション、インキュベーションの取組みを支援する。

### 【平成20年度までの取組みの成果と課題】

成 果	課 題
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 良いもの・サービスの提供により、消費者・流通関係者に評価を得ている。</li> <li>○ 生産意欲の向上や技術の向上に効果があるとの評価を得ている。</li> <li>○ 各分野において、認定事業者及び認定品が増加している。また、農林水産分野における出荷量も着実に増加している。</li> <li>○ セレクション品の品質の高さや厳格性について、認定事業者、消費者・流通関係者の認識が高まっている。</li> <li>○ セレクション品の品質の高さに着目した取引が増加している。</li> <li>○ 被認定者及び民間企業等が主体となったPR活動、販売展開の取組みが増加し、定着してきている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 農林水産分野では、制度に参加している生産者が限定的であり、県全体の生産量に占める割合はごく僅かである。</li> <li>○ 農林水産分野では、認定事業者の増加により、品質のバラツキなど出荷品の品質維持が課題となっているほか、出荷品の適合検査の見直しが必要となっている。</li> <li>○ 商工分野では、セレクション認定が、必ずしも販売の増加につながっていない品目がある。</li> <li>○ セレクションは、組合組織のある品目を認定対象にしているため、認定品の広がりには欠ける。</li> <li>○ 農産物加工食品等セレクションとしての基準づくりの難しい分野が多い。</li> <li>○ セレクション制度による県産品全体の底上げ効果が弱い。</li> </ul>

(平成21年度第2回山形セレクション会議資料より抜粋)

### (3) 「山形県総合ブランド戦略」との関係

#### ① 「山形県総合ブランド戦略」の策定

平成21年度の山形セレクション制度の見直し検討のなかで、県産品全体の底上げのための仕組みづくりとして、「山形県総合ブランド戦略」を策定。

#### ② 「山形県総合ブランド戦略」における「山形セレクション」の位置づけ

総合ブランド戦略では「山形セレクション」を、戦略におけるひとつの重要なツールとして位置づけた。

今後は、総合ブランド戦略に示された、戦略の基本的な考え方や方向性を踏まえて山形セレクションブランド化戦略を展開していく。

#### ③ 山形セレクションブランド化戦略に基づく具体的な施策等に関しては、総合ブランド戦略の具体的な推進方策及び総合ブランド戦略に基づく具体的な取組みに対する指導助言を受けるため設置される「山形県総合ブランド戦略推進会議」において、併せて指導助言を受けるものとする。

### 3 山形セレクションブランド化戦略の対象期間と進行管理

「山形セレクション」は、今後、総合ブランド戦略を踏まえて展開していくことから、山形セレクションブランド化戦略の対象期間についても、総合ブランド戦略と同様に、概ね3年ごとに社会経済環境の変化、取組みの実績、成果及び課題等について評価・検証を行い、その結果に基づいて戦略の見直しを行いながら、10年間程度とする。

# I 山形セレクションの基本的方向

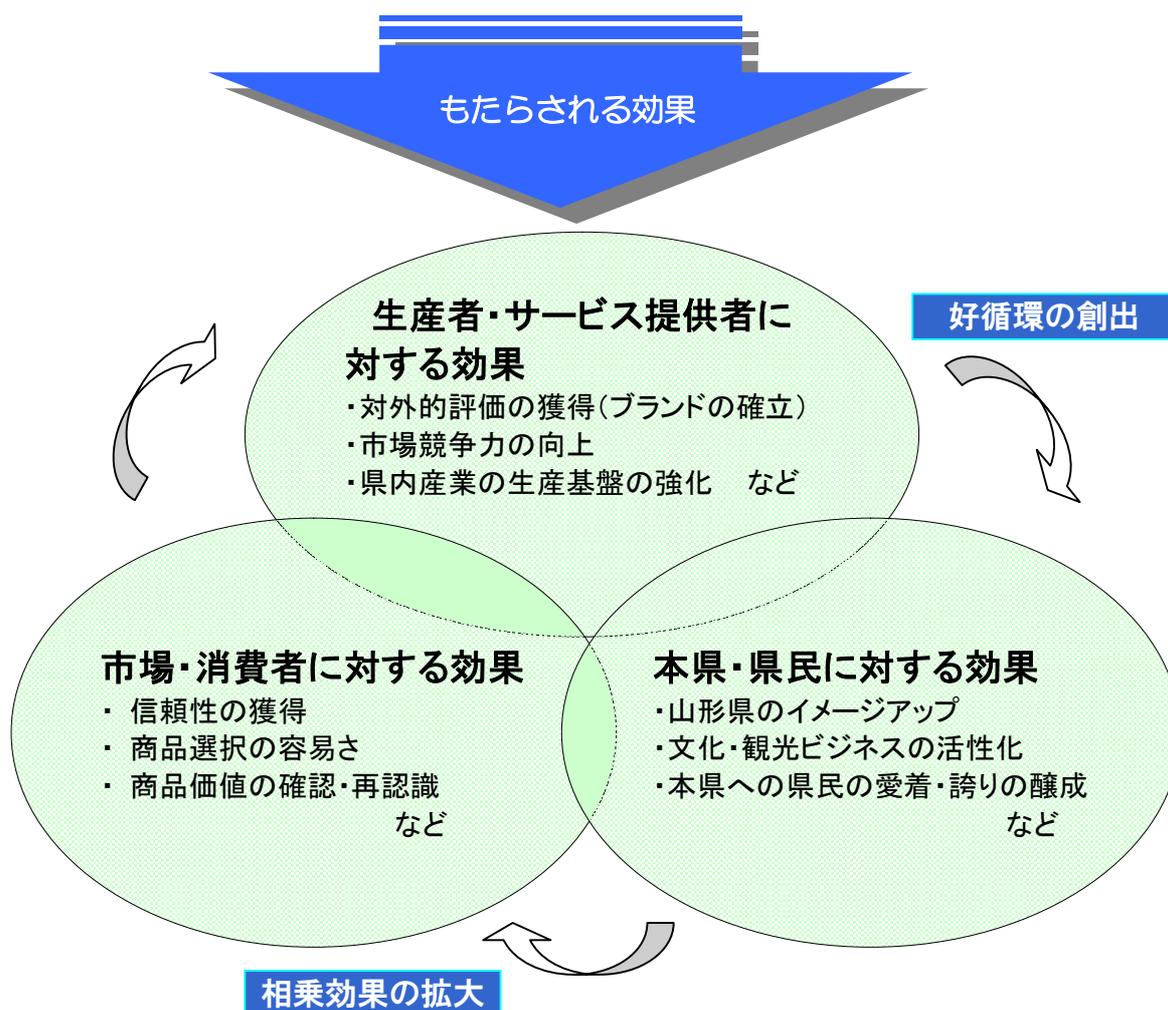
## 1 山形セレクションのねらい（山形セレクションとは）

「山形セレクション」は、全国・世界に誇り得る高い品質の県産品・サービスを本県独自の基準『山形基準』に基づいて厳選のうえ、「山形セレクション」として認定し、これらを戦略的にプロモートすることにより、本県ブランドの確立をめざすものである。加えて、「山形セレクション」の認定をめざした取組みを誘発することにより、優れたものづくり・サービスを提供する地力を高め、さらに高い品質の産品・サービスを生み出す産業基盤を醸成していく『総合的な産業政策』である。

### 《山形セレクションの構成要素》

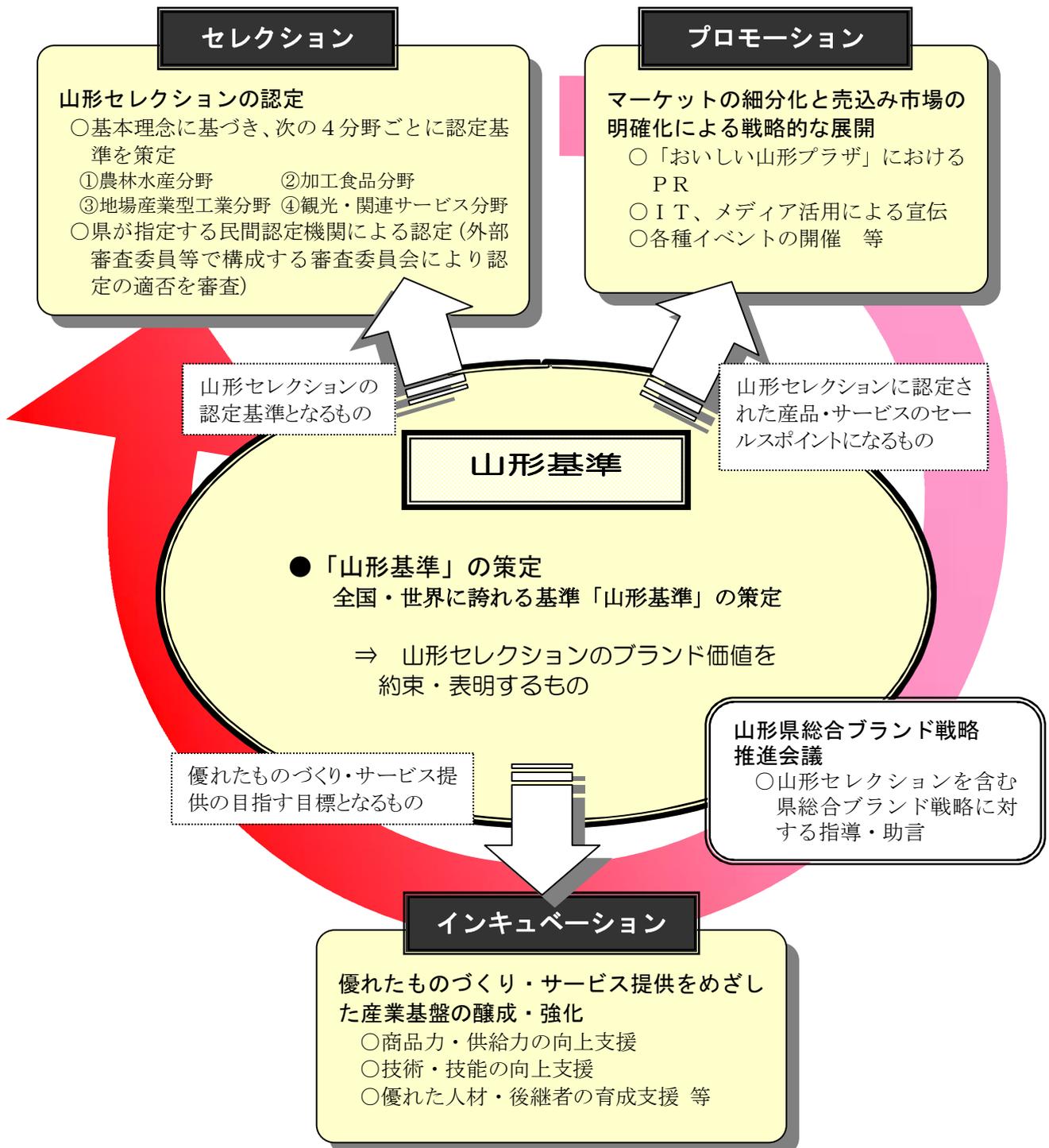
- 本県独自の基準に基づく高い品質を有する産品・サービスの選定【セレクション】
- 優れた産品・サービスの全国・世界に向けた戦略的な売り込み【プロモーション】
- 優れた産品・サービスを生み出す「地域の力」の醸成【インキュベーション】

このため、「山形セレクション」の基本法となるべき『山形基準』の「基本理念」を基軸として、「セレクション」、「プロモーション」、「インキュベーション」が好循環を築いていくために上記3つの要素に係る各般の施策を展開していくものとする。



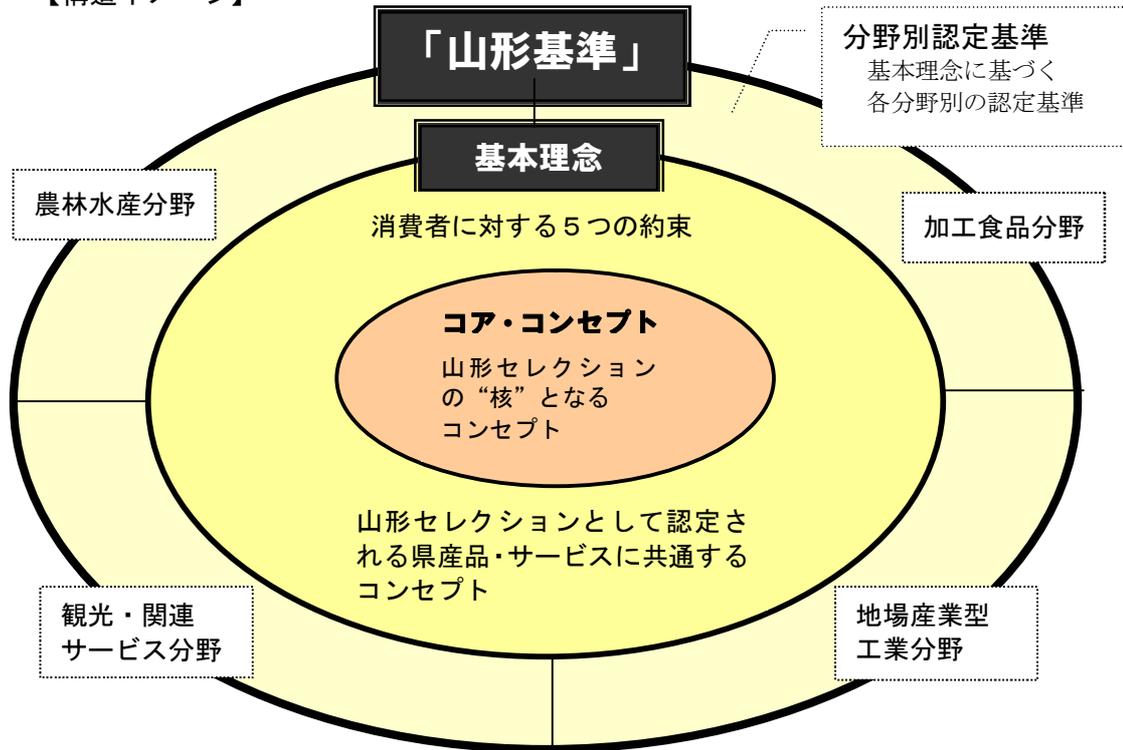
## 2 山形セレクションの基本フレーム

「山形セレクション」の基軸にある『山形基準』とは、品質の高い県産品・サービスを山形セレクションとして認定する際の基準であると同時に、認定されたものの市場・消費者に対する品質価値の保証ともなり、また、県内の企業・生産者・業界団体等の優れたものづくり・サービス提供における目指すべき目標ともなるものである。



## Ⅱ 「山形基準」

【構造イメージ】



### 1 基本理念

「基本理念」は、コア・コンセプトと山形セレクションとして認定される県産品・サービスに共通する5つのコンセプトによって構成される

#### (1) コア・コンセプト

「山形の技と心を伝える」 ～ 今そして未来へ、全国・世界へ ～

#### (2) コンセプト

##### ①高い品質

一切妥協のない優れた品質の産品・サービスの提供

##### ②安全性・安心感への配慮

安全性に十分配慮した消費者から信頼される産品・サービスの提供

##### ③山形の自然、歴史・文化の継承

山形特有の地域資源を活かした産品・サービスの提供

##### ④山形の技術・技法の伝承

伝統的な技術・技法に裏打ちされた産品・サービスの提供

##### ⑤環境への配慮

山形の自然・大地に対する感謝と敬意を払った産品・サービスの提供

### 2 分野別認定基準

「分野別認定基準」は、基本理念に基づく、山形セレクションを認定する際の各分野ごとの基準である

## (1) 農林水産分野

### 1 高い品質

#### ○高品質な製品の生産、製品の厳選と安定供給

- ・ 食味・形状等、品目・品種の特徴を十分に発揮させる優れた生産技術による高品質な製品の生産と、出荷規格に基づく製品の厳選を行っていること
- ・ 県内外で認知性・周知性を有する品目・品種で、品質及び生産量において安定した供給が可能であること

#### ○流通・販売における優位性の確保と品質管理の体制整備

- ・ 出荷資材のデザインの統一、優れた品質・機能性等の特徴や食べ方の周知・提案等により、流通・販売段階での優位性の確保に努めていること
- ・ 徹底した品質管理とクレーム対応のための記録管理や体制整備を行っていること

### 2 安全性・安心感への配慮

#### ○生産工程等における安全性の確保

- ・ 安全・安心取組認証を取得するなど、生産・出荷工程において農薬等の適正使用、栽培履歴の記帳、残留農薬検査の実施等の安全性確保の取組みを行っていること

#### ○消費者との交流等による信頼性の確保

- ・ 消費者との交流や生産者の顔が見える販売、トレーサビリティ・システムの導入等、消費者の安心感・信頼性を確保する取組みを行っていること

### 3 山形の自然、歴史・文化の継承

#### ○地域資源の活用

- ・ 地域の自然、歴史・文化・地域づくりとの関わりや産地形成に至る歴史・物語等について、生産・流通・販売において活かす取組みを行っていること

### 4 山形の技術・技法の伝承

#### ○立地条件に適した技術・技法の維持向上

- ・ 地域の自然条件を活かした独自の栽培方法の採用や立地条件に適した生産技術の導入等、産地の形成及び拡大に向けた技術・技法の維持向上、普及の取組みを行っていること

### 5 環境への配慮

#### ○環境に配慮した生産方式の導入

- ・ 有機栽培、特別栽培、エコファーマー等、環境に配慮した生産方式や、耕畜連携による土づくりなどの取組みを行っていること
- ・ 生産資材、残渣、養液栽培における排液（廃液）や家畜排泄物等の適正処理、リサイクル等の取組みを行っていること

## (2) 加工食品分野

### 1 高い品質

#### ○主原料を県産農林水産物とした高品質な産品

- ・ 主原料に県内で生産されたものを使用して、素材の特長を活かす優れた加工技術により製造し、食味、形状、パッケージ等全てにおいて秀逸であり、安定した供給が可能であること

#### ○徹底した品質管理体制の整備

- ・ 徹底した品質管理とクレーム対応のための体制整備を行っていること

### 2 安全性・安心感への配慮

#### ○安全・安心な原料の使用

- ・ 主原料たる農林水産物について、安全・安心取組認証を取得するなど、生産・出荷工程において農薬等の適正使用、栽培履歴の記帳、残留農薬検査の実施等の安全性確保の取組みを行っていること

#### ○衛生管理の徹底と情報の提供

- ・ HACCP（危害分析・重要管理点手法）等、製造工程における衛生管理の徹底、トレーサビリティ・システムの導入、原料や製造過程の積極的な情報提供等、消費者の安心感・信頼性を確保する取組みを行っていること

### 3 山形の自然、歴史・文化の継承

#### ○歴史・文化資源の活用

- ・ 本県の歴史、伝統、文化等を背景に、山形の良さ・素晴らしさを表す製品であり、本県のイメージアップにもつながる物語性を有していること

### 4 山形の技術・技法の伝承

#### ○技術・技法の維持向上

- ・ 本県固有又は全国でも優位にある技術・技法を基にして製造されたものであること

### 5 環境への配慮

#### ○環境に配慮した製造方法

- ・ 廃棄物の適正処理、リサイクルの推進、地域環境保全活動等、環境に配慮した取組みを行っていること

### (3) 地場産業型工業分野

#### 1 高い品質

##### ○高品質な製品の製造

- ・ 吟味した原材料と優れた技術により妥協なく製造し、機能・デザインともに秀逸であり、安定した供給が可能であること
- ・ 全国・世界レベルの受賞・顕彰歴や著名な展示会への出展実績等、県内外で認知性・周知性を有していること

##### ○徹底した品質管理体制の整備

- ・ 徹底した品質管理とメンテナンス及びクレーム対応のための体制整備を行っていること

#### 2 安全性・安心感への配慮

##### ○製造者情報の提供

- ・ 製造者に関する情報を提供するなど、消費者から信頼される取組みを行っていること

##### ○製造、流通過程の明確化

- ・ 原材料調達、加工、製造、流通等の過程が明確になっていること

#### 3 山形の自然、歴史・文化の継承

##### ○歴史・文化資源の活用

- ・ 本県の歴史、伝統、文化等を背景に、山形の良さ・素晴らしさを表す製品であり、本県のイメージアップにもつながる物語性を有していること
- ・ 製品のもつ価値について、消費者に積極的にPRしていること

#### 4 山形の技術・技法の伝承

##### ○技術・技法の維持向上

- ・ 本県固有又は伝統的な技術・技法を基にして製造されたものであること
- ・ 本県固有又は伝統的な技術・技法の伝承に努めていること
- ・ 本県固有又は伝統的な技術・技法を活かした新しいデザイン開発等の取組みを行っていること

#### 5 環境への配慮

##### ○環境に配慮した原料、製造方法

- ・ 自然素材・生物素材等の機能の活用、廃棄物の適正処理、リサイクルの推進、地域環境保全活動等、環境に配慮した取組みを行っていること

## (4) 観光・関連サービス分野

### 1 高い品質

#### ○自然資源の価値の高さ

- ・ 他に類を見ない特異な景観、植生、自然造形を有する等、希少性や独自性などの面で、全国又は世界の類似のものとは比べて優れていること

#### ○歴史・文化資源の価値の高さ

- ・ 歴史的にみて貴重な文化性を有する、歴史的な街並みが保存されている、歴史的な人物に関する物語がある等、希少性や独自性などの面で、全国又は世界の類似のものとは比べて優れていること

#### ○高い独自性

- ・ 本県特有の地域資源を有効に活用した独自性の高いもので、全国又は世界の類似のものとは比べても優れていること
- ・ 「いやし」、「健康」、「食文化」等において独自性の高い優れた取組みがなされていること

#### ○高いホスピタリティ

- ・ 観光客がもてなされていると見てとれるような、高いホスピタリティが表現されていること

#### ○誘客力の高さ

- ・ 観光客の心をとらえる魅力を有し、観光客が多く訪れていること

### 2 安全性・安心感への配慮

#### ○安全性の確保

- ・ 来県者が安心して観光を楽しめるよう、ハード・ソフト両面での配慮がなされていること

### 3 山形の自然、歴史・文化の継承

#### ○自然、歴史・文化資源の活用

- ・ 地域の自然、歴史・文化等を活かしていること

### 4 山形の技術・技法の伝承

#### ○地域特産物等の活用

- ・ 地域に伝わる伝統的な特産物等を活かしていること

### 5 環境への配慮

#### ○環境への配慮

- ・ 環境に配慮した取組み等が行われていること

## Ⅲ セレクション

### 1 認定の視点

山形セレクションにより本県ブランドのイメージ形成を効果的に図っていくため、次の視点を考慮に入れて認定する。

- 全国トップレベルの産品・サービスであること
- 他県には見られない本県独自の産品・サービスであること
- 県外への移輸出又は県外からの観光客の受入れ等により収益を獲得することができる産品・サービスであること
- 業界としてのまとまりがある等、ある程度の供給力又は受容力のある産品・サービスであること

### 2 認定の対象

#### (1) 県産品

##### ①農林水産分野

「農林水産物」及び「当該農林水産物に係る事業者」

##### ②加工食品分野

「加工食品」及び「当該加工食品に係る事業者」

##### ③地場産業型工業分野

「地場産業型工業製品」及び「当該地場産業型工業製品に係る事業者」

#### (2) 観光・関連サービス

##### ①「観光資源」(自然資源、歴史・文化資源)

##### ②「資源活用観光」及び「当該資源活用観光に係る事業者」

##### ③「観光地・温泉地」及び「当該観光地・温泉地を統括する団体」

※ 「県産品」とは、原則として山形県内で生産又は製造されたもので、一般消費者が消費又は使用するもの(最終消費財)をいう。

※ 「事業者」とは、農業、林業、漁業、製造業若しくは観光資源を活用したサービスの提供事業を営む個人、法人又はこれらを営む者で組織される法人、団体であって、原則として県内に住所又は主たる事業所を有するものをいう。

### 3 認定の申請

認定の申請は、事業者及び観光地・温泉地を統括する団体（原則として県内に住所又は主たる事業所を有するものに限る。）が行うことができるものとする。

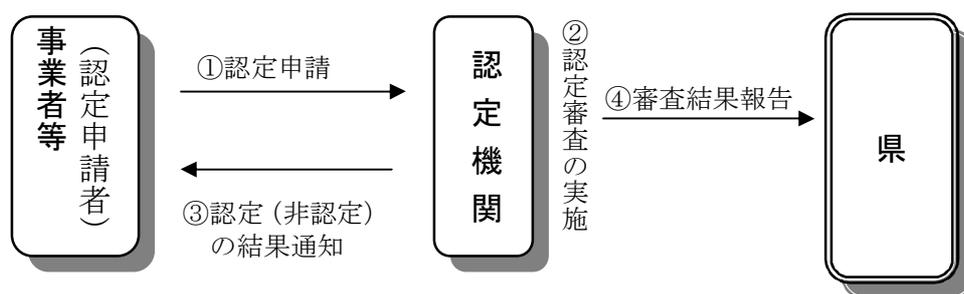
認定を受けようとする者は、認定対象品目ごとに、県が指定する認定機関に認定の申請を行うこととする。

### 4 認定の審査及び決定

認定申請のあった県産品又は観光・関連サービスについて、認定機関における審査において「山形基準」に適合し、認定することが適当と認められたときは、当該認定機関が「山形セレクション」として認定するものとする。

なお、県及び認定機関は、申請内容を含めてその旨を公表することができるものとする。

#### 《認定の基本的な流れ》



### 5 認定の有効期間

認定の有効期間は、山形セレクションに認定された県産品又は観光・関連サービスに対する消費者及び流通関係者等からの信頼の確保及びブランドイメージの認知普及を図る観点から、認定日から当該認定日の属する年度の翌々年度の3月31日までとする。

なお、認定を受けた事業者等が、認定の有効期間満了後においても引き続き認定を受けようとするときは、当該期間を更新することができるものとする。

## 6 認定を受けた県産品、観光・関連サービスの管理

### (1) 内容変更等の把握

認定機関は、認定を受けた県産品又は観光・関連サービスについて、当初の申請内容に変更等が生じた場合には、認定を受けた事業者等からの届出により当該変更内容を迅速かつ適正に把握するものとする。

### (2) 報告の徴収等

県又は認定機関は、認定された県産品又は観光・関連サービスについて、必要に応じ、認定を受けた事業者等から認定内容に係る報告を求め、又は生産現場、製造施設、集荷施設等への立入調査若しくは品質検査を実施することにより、適宜、「山形基準」への適合性の検証を行うものとする。

### (3) 認定の取消

認定機関は、認定された県産品又は観光・関連サービスについて、内容等の変更に伴い「山形基準」に適合しなくなった場合又は虚偽の申請により認定を受ける等、認定を受けた事業者等の不誠実な行為によって制度の運用若しくはブランド価値に重大な支障をきたす等、認定を継続し難い事由が認められた場合には、県と協議のうえ当該認定を取り消すことができるものとする。

### (4) 認定を受けた事業者等の責務

山形セレクションの認定を受けた事業者等は、次の事項に留意して認定された県産品又は観光・関連サービスの品質保持及び管理に努めるとともに、積極的に情報の発信を行う等により、山形セレクションのブランドイメージの向上を図っていくものとする。

- 認定された県産品又は観光・関連サービスの流通、販売、提供等において、それらが山形セレクションとして認定されたものであることを表示すること
- 県内外の消費者及び流通関係者に対して積極的な情報発信を行うことにより、認定された県産品又は観光・関連サービス及び山形セレクションの認知普及に努めること
- 認定された県産品又は観光・関連サービスの出荷量、流通状況及び消費動向について、随時把握に努めること
- 認定された県産品又は観光・関連サービスの計画的な生産・製造又は提供及び適正な品質管理並びに関係書類の整理保管に努めること

#### **(5) 事故又は苦情等に対する対応**

認定された県産品又は観光・関連サービスについて、生産・製造、流通、販売等において事故又は苦情等が発生した場合には、当該認定を受けた事業者等はその解決に向けて誠実に対処するとともに、当該事業者等と認定機関、県が連携のうえ、山形セレクションのブランドイメージの保持・回復に努めるものとする。

#### **7 認定に係る重要事項の見直し**

山形セレクション認定対象品目の追加又は山形基準の変更その他認定に関する重要事項の変更を行なおうとする場合は、「山形県総合ブランド戦略推進会議」の意見を聴き、追加又は変更の適否等を決定するものとする。

## IV プロモーション

### 1 基本的方向

山形セレクションにより本県のブランドを確立していくためには、山形セレクションのブランドコンセプト並びに山形セレクションに認定された産品・サービスがもつ本質的な価値や良質性をいかに正確に消費者に伝え、広く理解を得ていくかが重要であることから、山形セレクション全体と認定された県産品、観光・関連サービスの双方の認知普及を図っていくものとする。

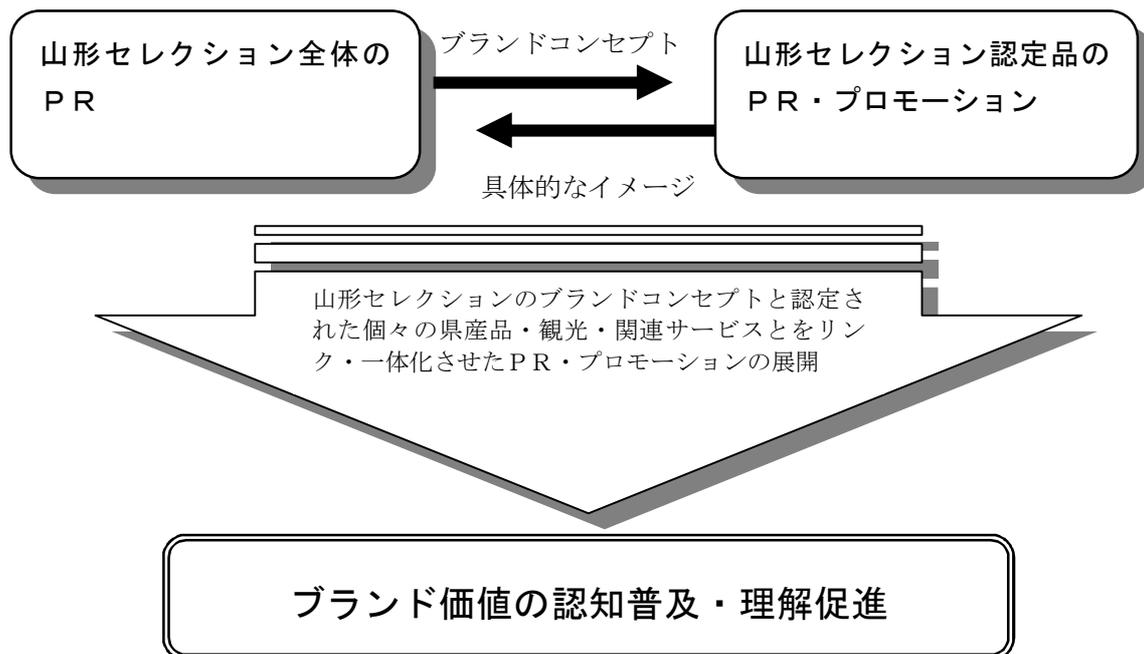
#### ○山形セレクション全体のPR

… 山形セレクションのブランドコンセプト「山形基準」の認知普及により、より多くの消費者からブランド価値の理解と賛同を得るための取組み

#### ○山形セレクションに認定された県産品・サービスのPR・プロモーション

… 認定された県産品・サービスが、“なぜ良いのか”、“どのように良いのか”といった具体的な商品情報の提供による本質的な価値の理解を得るための取組み

プロモーションにあたっては、一貫性の高いブランドイメージの認知普及・理解促進を図っていくため、ブランドコンセプト「山形基準」と、これが可視化された実体である個々具体的な認定品・サービスがもつ商品価値とを常に結びつけたプロモーション活動を展開していくことが重要である。



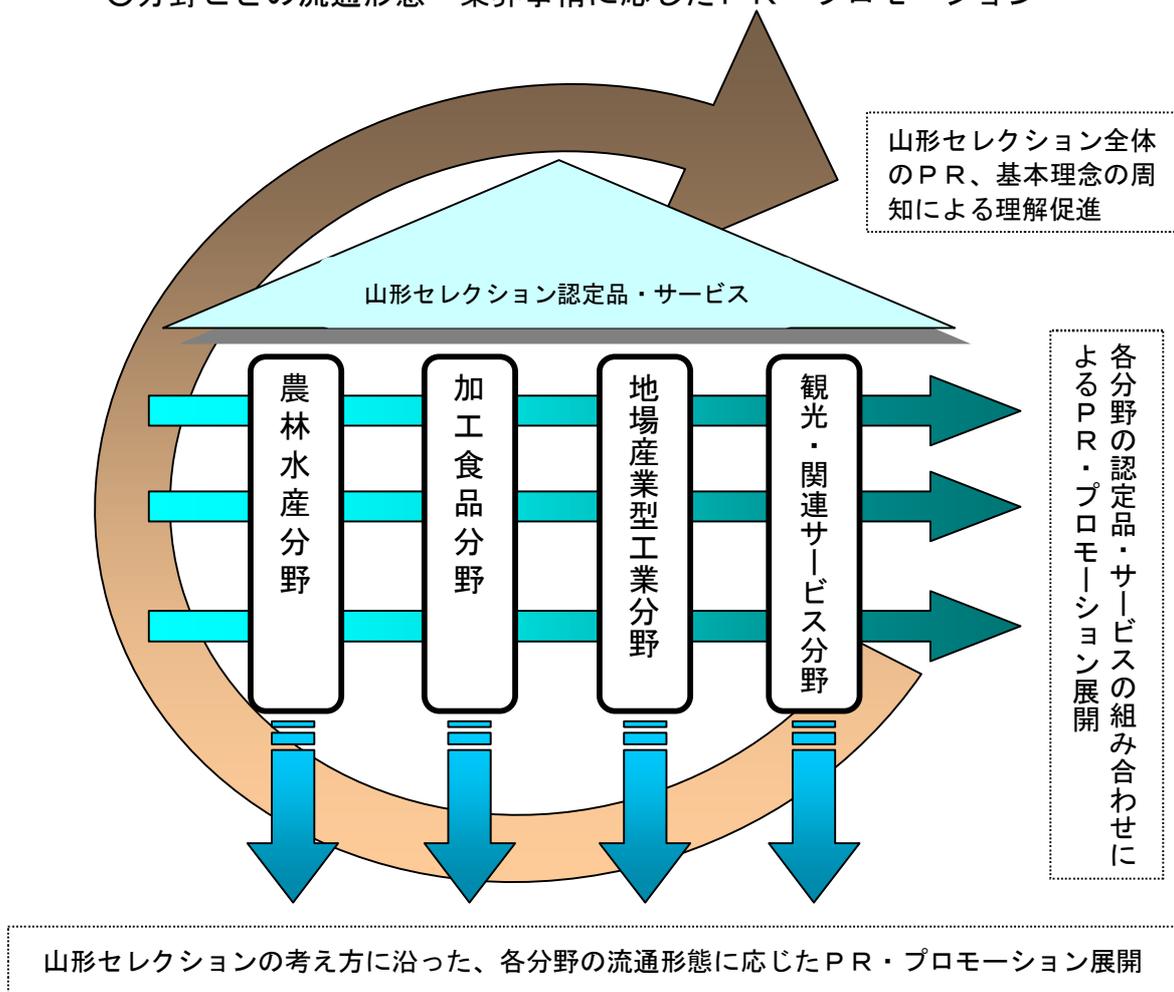
## 2 展開方策

山形セレクションに認定された県産品・観光・関連サービスの市場における競争優位性の確立及び本県で生み出される産品・サービスへの信頼を獲得するため、消費者をはじめ、市場・流通関係者等に対して、山形セレクション全体（理念や取り組み等）の理解浸透を図るためのPRを行うとともに、山形セレクションに認定された県産品・サービスについては、売り込むターゲットを絞り込み、個別・集中的なプロモーションを展開する。

プロモーションの実施にあたっては、県は制度全体のプロモーション、認定を受けた事業者等及び関係業界団体は分野・品目別プロモーション及び認定された県産品・サービスに関するプロモーションを行うことを基本とし、より実効性を高めるため、両者が連携して取り組むこととする。

### 《プロモーションの柱》

- 山形セレクション全体のPR
- 各分野の認定品・サービスの組み合わせによるPR・プロモーション
- 分野ごとの流通形態・業界事情に応じたPR・プロモーション



### 3 ターゲット分類

#### (1) 対象者

一般消費者から山形セレクションの理解を得るため、山形セレクションに関する情報及び商品・サービスの流過程であり、かつ、ブランドメイクのパートナーとなり得る次の3つを主要なターゲットとして、対象に応じた効果的なアプローチを図る。

##### ① 流通関係者（卸・小売業、旅行業者、観光関連業者）

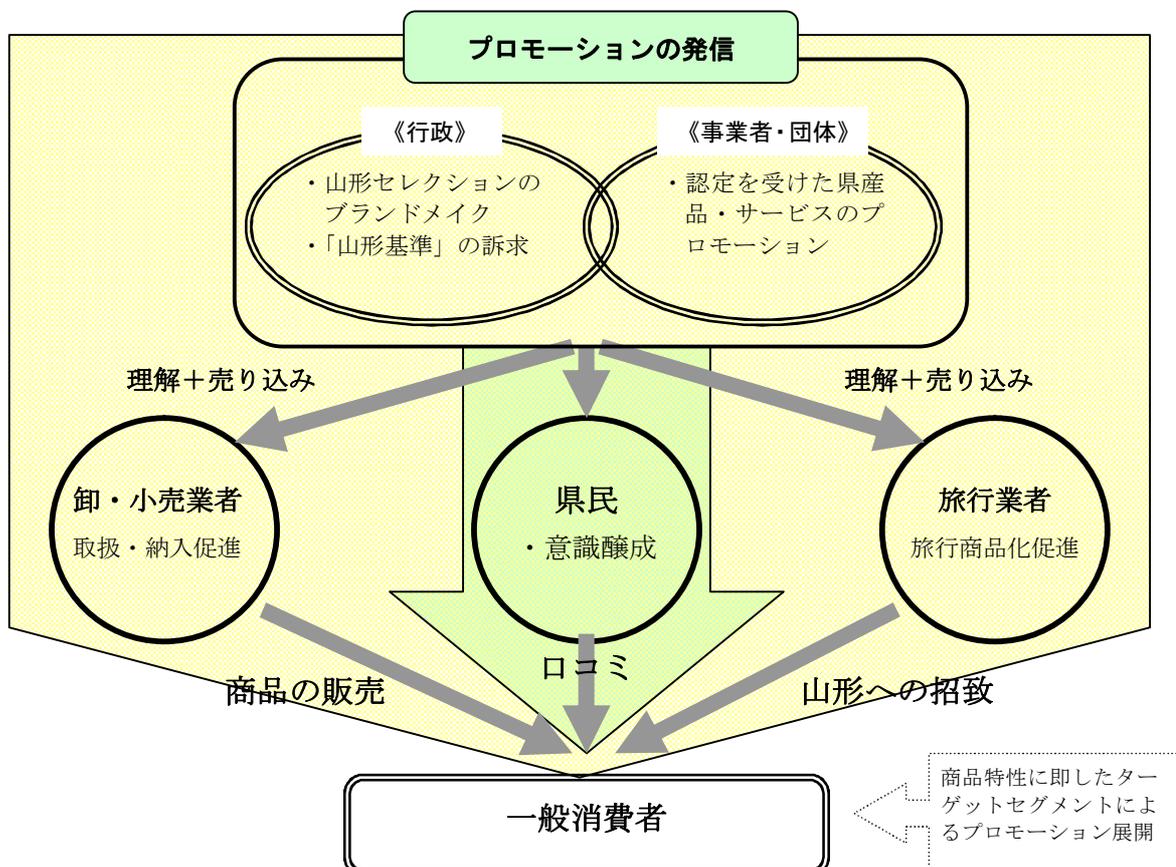
一般消費者に商品価値を伝達する役割を果たす流通関係者から好意的な認識を得ることにより、一般消費者への効果的な販売を促す。

##### ② 県民

県民一人ひとりが山形セレクションのブランド価値を訴求していく“力”（セールスマン・セールスウーマン）となり効果的なブランドメイクを図っていくため、山形セレクションの取り組みに対する県民理解の促進と本県産品・サービスに対する誇りと愛着意識の醸成を図る。

##### ③ 一般消費者

県産品・サービスの特性に応じて売り込むターゲットを絞り込み、個別・集中的なPR・プロモーションを展開する。



## 4 山形セレクトのブランドイメージを高めるための取組み

### (1) ブランドマークの活用

#### ① ブランドマークの認知普及

認定を受けた事業者等は、「山形基準」を体現したシンボルとしてのブランドマークを山形セレクト認定品等へ明示し、他の産品・サービスと視覚的な識別化を図ることによりブランドイメージを普及していく。

また、県は、認定を受けた事業者等の理解と協力を得ながら、統一感のある一貫性の高い露出を行うことにより、山形セレクトの認知普及を図る。

#### ② ブランドマークの運用管理

県及び山形セレクト認定機関は、ブランドマークの使用にあたっては、その使用基準に基づき適正な運用と厳格な管理を行い、山形セレクトのブランド管理に努めていくものとする。

### (2) メディア活用による情報発信

#### ① マス・メディアの有効活用

県、認定を受けた事業者等及び関係業界団体は、広報並びに報道素材の効果的な提供等により、マス・メディアへのパブリシティー活動を積極的に行う。

#### ② カテゴリーに応じた訴求メリットの高い媒体の活用

県、認定を受けた事業者等及び関係業界団体は、パブリシティー活動と併せて、カテゴリーに応じた訴求メリットの高いPR媒体（専門誌・業界誌等）の有効活用を図る。

### (3) インターネットの有効活用

#### ① 既存の各ホームページの連携

県は、公式ホームページ「山形県ホームページ」において、山形セレクトのブランドイメージ向上のための情報を適時発信していくとともに、関係団体や認定を受けた事業者等が開設しているホームページとのリンクにおいて統一感のあるブランドイメージの発信を図る。

### (4) プロモーション拠点の整備・開拓

#### ① 県内

県は、県内の主要な販売店や飲食店、旅館・ホテルや観光施設等が県民及び県外来訪者に対する山形セレクトの情報発信拠点として有効に機能し得るために、ブランド価値の理解促進に向けた働きかけを積極

的に行う。

また、山形セレクションに認定された県産品又は観光・関連サービスの販売・提供においては、県は認定を受けた事業者等及び関係業界団体と連携し、山形セレクションブランドマークを活用した統一感のある明示方法により、ブランドイメージの効率的な形成を図る。

## ② 県外

県は、山形県アンテナショップ「おいしい山形プラザ」を活用し、首都圏でのプロモーション活動の促進を図るとともに、情報集積・発信力の高い都市圏における著名な百貨店、飲食店、専門店等、山形セレクションのブランド価値を効果的に訴求・伝達できるプロモーション拠点を開拓する。

## (5) 消費者とのコミュニケーションによるブランド価値の育成

### ① 山形セレクションファンづくり

山形セレクションのブランド価値に理解・好感を示していただける品質志向の消費者は、“ロコミ”によってブランドイメージを好意的に普及させ、消費の拡大にも大きな作用を及ぼすオピニオンリーダーとなり得る極めて重要な存在であることから、県は、県民はもとより、県外在住の本県出身者や縁故者等、多様な人的ネットワークを活用して山形セレクションのファンをつくる。

### ② 山形セレクションに対する「信頼感」の獲得

認定を受けた事業者等及び関係業界団体は、消費者、流通関係者等から山形セレクションに対する「信頼」と「親近感」を得るため、県内生産・製造現場の視察等、送り手（生産者・サービス提供者等）と受け手（消費者等）との直接的なコミュニケーションの機会創出によるブランドコンセプトの認識浸透を図る。

## (6) 専門市場における評価獲得と評価実績PR

認定を受けた事業者等及び関係業界団体は、国内・外における専門性の高い著名な見本市展示会等への出展参加を通じブランド発信力の高い販路を開拓するとともに、情報発信力の強い専門バイヤーやオピニオンリーダー、マーケットリーダー等からの評価実績をマスコミ等を通じて広くPRすることにより副次的効果の創出を図る。

## V インキュベーション

山形セレクションは、「山形基準」に基づき厳選された県産品・サービスにより本県ブランドの確立を図るのみではなく、本県産業に携わる人々が山形セレクションの認定をめざした“ものづくり”、“サービスの提供”に向けた取組みを行なうことによって、優れた産品・サービスを生み出す産業基盤をより強固なものにしていくことをねらいとするものである。

山形セレクションの認定をめざした県内産業各界の取組みを推進していくため、次の2つの観点から、山形セレクションの認定候補となる産品・サービスの創出に向けた素地づくりを図る。

- 本県の自然、歴史・文化・伝統等に裏打ちされた技術力、生産力、資源の魅力等といった既存の「強み」を活かして、更に付加価値の高い産品・サービスを創出する基盤の強化【**産地・地域の強化育成**】
- 産業間・異業種間の協働等、多様な産業連携のもとに生み出される新たな価値創造の取組みの育成【**価値創出の萌芽の育成**】

業種別団体・産地等が、付加価値の向上や新たな価値の創造等、山形セレクションに認定される産品・サービスの創出をめざした自主的、かつ、革新的な取組みについては、産業の発展性や産地の成長性等を考慮に入れながら適正な支援を行なっていくものとする。

