

# 「津軽半島浜小屋仕込み」

## コンセプトシート

### 1. ブランドコンセプト

津軽半島は、知名度が高いにもかかわらず、実際の風土や産品についてはあまり知られておらず、有名なのは「津軽海峡冬景色」の唄だけでした。けれども、3つの海——陸奥湾、津軽海峡、日本海に囲まれた海の幸は豊富で、素朴な自然と人情にあふれる土地柄でもあります。

「津軽半島浜小屋仕込み」は、この「津軽海峡冬景色」に歌われた寒々としたイメージを逆手に取って、厳しい自然環境の中、昔ながらの手仕事で技と味わいを磨いてきた、素朴な魅力をアピールするお土産品シリーズです。「3つの海」「魚」「浜小屋」「地吹雪」「旅愁」という5つのキーワードで、モダンなショップ空間やライバル商品の中で、素朴でノスタルジックなイメージを際立たせます。そして、旅行者やご当地グルメを求める人々の、「昭和」「素朴」「だけど新鮮」「心の中にしまっておきたい」「親子・異世代で共有したい」といった気持ちに訴えて、津軽半島の知られざる美味を全国に広めます。

### 2. シンボルデザイン



浜小屋と津軽海峡側の地形、波、魚、カモメ、漁網、干物などを版画調で表現し、今にも物語が始まりそうなシンボルマークとしました。波の下の魚のキャラクターは、商品内容に合わせて帆立や海藻などに変わります。



### 3. 商品コンセプト

#### (1) 商品コンセプト

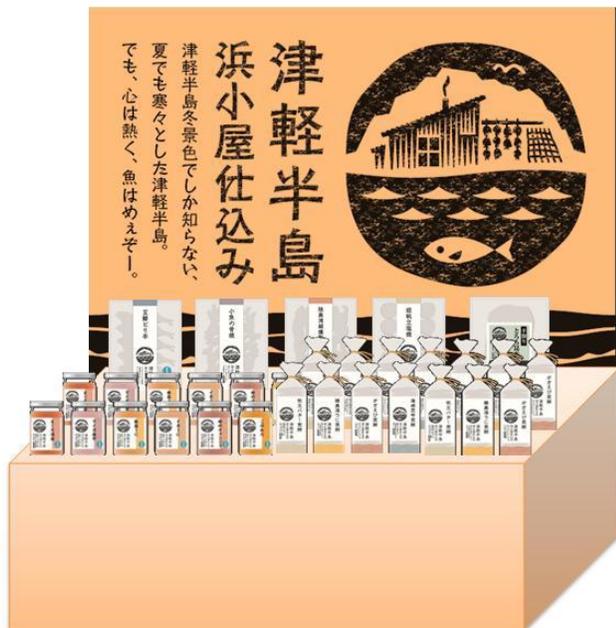
観光客目線で「手に取りたい」「あの人に贈りたい」と思わせる、魅力的な土産商品を展開します。その実現の方法として、下記の要素を商品造成のコンセプトに設定します。

- ・ 個人に贈りやすい食べきりサイズの「小分け」
- ・ 「雑貨感覚」がある、デザイン性の高いパッケージ
- ・ 手間暇をかけている「手仕込み感・手作り感」
- ・ その商品の特徴が表現された素朴な「キャラクター性」
- ・ 地元で愛されているような「ロングセラー感」「ストーリー感」
- ・ 懐かしさを感じさせる「レトロ感」

#### (2) 展開方法

店頭陳列の際には、陳列棚に視覚的な統一感のあるパッケージで「商品群」を形成し、売場の中で存在感を高めて展開します。

【陳列イメージ】



【販促用POPイメージ】



#### (3) 対象エリア

津軽半島の海沿いの市町村として五所川原市、つがる市、今別町、蓬田村、外ヶ浜町、中泊町の計6市町村を対象として展開します。

#### (4) 「津軽半島浜小屋仕込み」共通ブランドの基本ルール

下記の内容を全て満たすことをルールといたします。

- ・対象エリア内に所在する事業者が販売する商品であること。
- ・メインの材料（商品名に出る材料）が対象エリア産であること。
- ・メインの材料が、浜小屋で仕込んでいるイメージのある水産物であること。
- ・他の事業者に加工を委託する場合は、県内の事業者への委託を原則とする。