

地域産品ブランディングロードマップ（案）

段階	項 目	概 要	令和 7 年 度				令和 8 年 度				令和 9 年 度			
			第 1 四半期	第 2 四半期	第 3 四半期	第 4 四半期	第 1 四半期	第 2 四半期	第 3 四半期	第 4 四半期	第 1 四半期	第 2 四半期	第 3 四半期	第 4 四半期
資源調査	地域産品ブランディングに向けた資源調査	本市の現状を把握するため、統計データや文献などのほか、現地や関係者から情報収集し、その調査結果を以降の商品開発やブランディングに向けた報告書として取りまとめる												
フェーズ 1	開発商品の目的とビジョンの整理	様々な分析により観音寺市の現状や有している資源・魅力を明確化し、開発商品の目的とビジョンを講義・グループワークにより市内事業者とともに整理する												
	商品ブランドコンセプト及び特徴の定義	整理した目的とビジョンを踏まえ、ミッション・ビジョン・バリューの設定や顧客動向などから、講義・グループワークにより商品ブランドコンセプトの定義と特徴を明確にする												
	調査した特産品の評価と開発アイテムの立案	明確にした商品ブランドコンセプトから、講義・グループワークにより活用する食材や加工方法等を検討し、開発アイテムを立案する												
フェーズ 2	ブランディング戦略の策定	セグメンテーションやターゲティング、ポジショニングを通して、講義・グループワークによりブランドアイデンティティ・ブランドメッセージを含めたブランディング戦略を策定する												
	商品生産と供給チェーンの策定	講義・グループワークにより商品を試作し、4 P 分析を踏まえた評価を行うとともに、供給チェーンの調査を実施する												
フェーズ 3	商品のマーケティング戦略の策定	カスタマージャーニーや4 C 分析を踏まえ、講義・グループワークによりネーミングやパッケージなどマーケティング戦略を策定する												
	プロダクトローンチとプロモーションの検討	講義・グループワークによりプロダクトローンチのためのストーリーブランドやPR動画などを作成するための方針や方向性を検討する												

※本ロードマップは案であり、具体的には提案者の提案に基づき協議のうえ決定する