

「飛驒市推奨特産品認定」
ロゴについて

コンセプト

飛騨市の魅力を特産品を通してより多くの人に伝える。

飛騨地域の「飛騨市」としての認知度を高める。

『飛騨』という『ブランド』を
『飛騨市』という『ブランド』に。

目的

飛騨地域における数ある特産物との差別化を図る。

飛騨市内において特産物事業者の意識を高め競争意識を持っていただくことで
付加価値を創造し販路拡大へ繋げる。

商圈を『飛騨エリア』から『その先へ。』

ビジョン

初期

- 市内事業者のモチベーションを上げ参加意識や、企業努力を促すためのインフラ整備（行政）
 - ①特産品の中から一定の審査基準により称号を与える
 - ②選出した特産品をどの様に展開するか設計をする（設えやそれに付随するデザインなど）
 - ③市内、市外含め新規流通（卸や影響力のあるサイト等）経路を構築

中期

- 各事業者が主観的で見えなかった事（流通の仕組み、デザインやブランドの重要性）が実際に商品として展開される事で「気付き」に変わる。
 - 「可能性の抽出」（商品、観光資源、希少性の高い特産物、ユニークな特産品）
 - 「参加意欲の向上」（傾向と対策が可視化される）

中長期

- 審査基準の見直しと「差別化」の徹底
- 集まる特産品のクオリティーが相対的に上がる
- 特産品を束ねブランド化する事で新たな販路拡大が望める様になる
（飛騨市キュレーションサイト、物産展、大型の展示会、アンテナショップ）

後期

- 本企画で実施されたコンテンツがそのまま飛騨市のキラークンテンツ＝財産になる。
（商品、観光資源、希少性の高い特産物、ユニークな特産品）
- 飛騨市の魅力に対する認知が増える事で愛着を持つ人（ファン）ができる。

結果として「特産品を通して多くの人に魅力を伝える事ができる」。

事業者は100説明するよりも

1つ特産品が売れることで理解度が上がる。

飛騨市がもっているポテンシャルを最大限

活かす事で特産品の販路は広がる。

飛騨市が推奨特産品を「認定」する意味

コンセプト、目的、ビジョン全てに一貫して重要な事は
飛騨市が特産品において「飛騨」ではなく「飛騨市」として
認知されていく様にファシリテーションする事である。
当初の目的である「差別化」や「市としての公式なPRが可能になる」という
事だけではなく、結果として飛騨市が推奨特産品に「認定」する
という事はその商品に対する認知度高めるための具体的なサポート、
または各事業者に対して事業が活性化する仕組みを整備すること、
事業者自身も主体的にこれに参加することで認定としての付加価値を作り上げる。

正式名称

飛騨市推奨特産品

ロゴデザインについて

なお、ロゴデザインに関しては、今後の展開をある程度設計し考慮した上で
制作をしないと何の効力ももたない「マーク」になってしまう恐れがありますので
次項よりご提案させて頂く内容を元にそれらに考慮したビジュアル設計を致します。