

10の地域ブランドに対する支援内容及び進捗状況

(令和3年4月21日記者発表「つなげる」で10の地域ブランドが課題解決より抜粋、時点修正)

地域ブランド

「つなげる」の一例

課題解決の一例

鯖江のめがね	×	外部人材（プロデューサー）	➡	リモート商談会の <u>ロードマップ</u> 作成
信楽焼	×	域内関係者の連携強化	➡	ブランディングに向けた <u>体制構築</u>
和束茶	×	JETROや近畿農政局の施策	➡	<u>新たなブランドコンセプト</u> の検討開始
泉州タオル	×	外部人材（プロデューサー、デザイナー）	➡	<u>新たなブランドコンセプト</u> 「水とともに生きる」
三木の酒米等	×	外部人材（プロデューサー）	➡	<u>プロモーション戦略策定</u> 、体制強化
丹波篠山茶・黒大豆等	×	外部人材（プロデューサー）	➡	<u>ブランド戦略策定</u>
淡路島の食と香り	×	域内関係者の連携強化	➡	線香の <u>販路開拓が進行中</u>
奈良酒	×	国税庁や支援機関の施策	➡	<u>新たなブランドコンセプト</u> の検討開始
広陵くつした	×	外部人材（プロデューサー）	➡	<u>ブランド戦略策定</u> 、秋にワークショップ開始
和歌山ニット	×	INPITの知財専門家派遣	➡	<u>新たなブランドコンセプト</u> の検討開始