

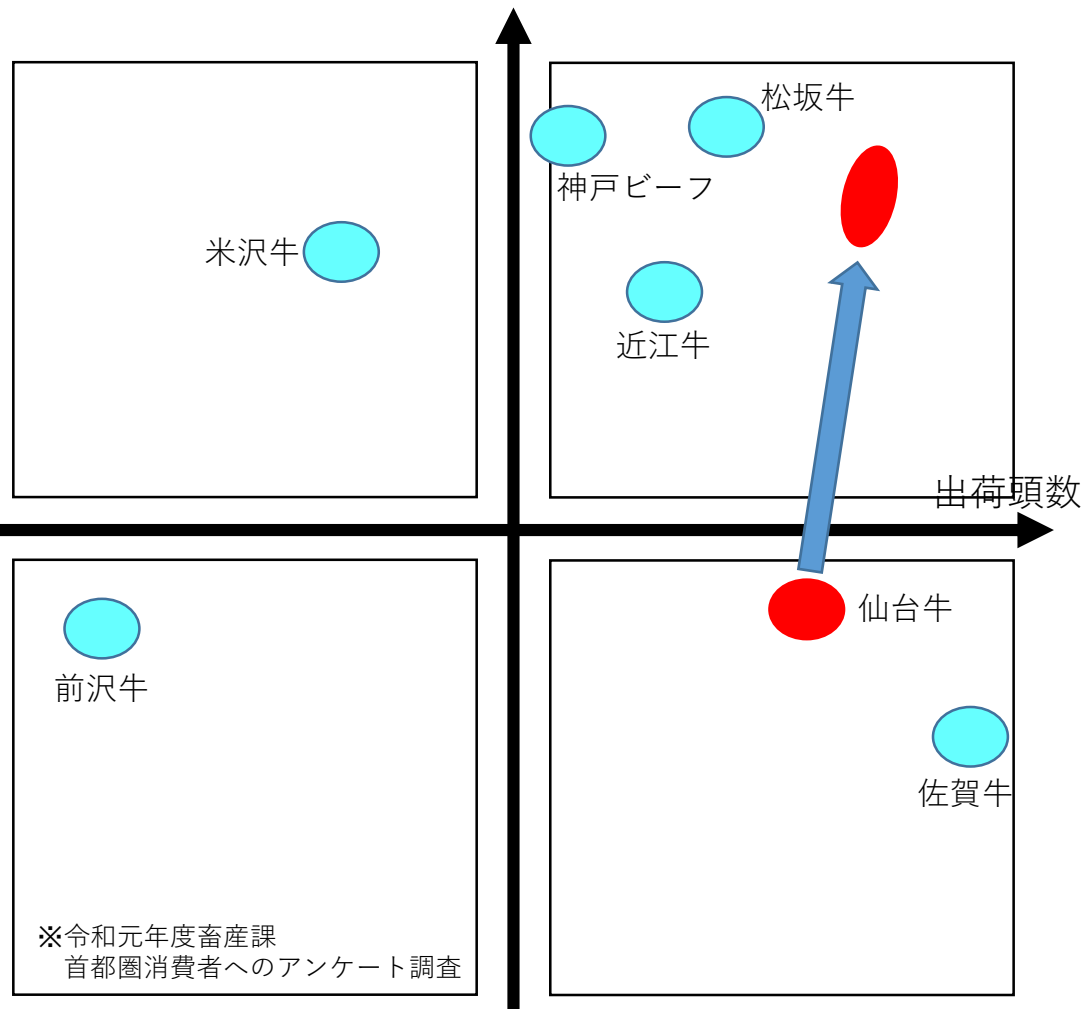
宮城県のブランド化対象品目の 現在地と目指すポジション

宮城県のブランド化対象品目の現在地と目指すポジション



品目	仙台牛
エリア	首都圏・県内

市場の評価
 (例: 認知度※、差別化の度合い、価格)



【現在地】

- A5等級での出荷頭数日本一
- 「松坂牛」や「米沢牛」ほどの認知度はない
- 銘柄牛の中では値ごろ感あり



【目指すポジション】

神戸ビーフに肩を並べるような認知度

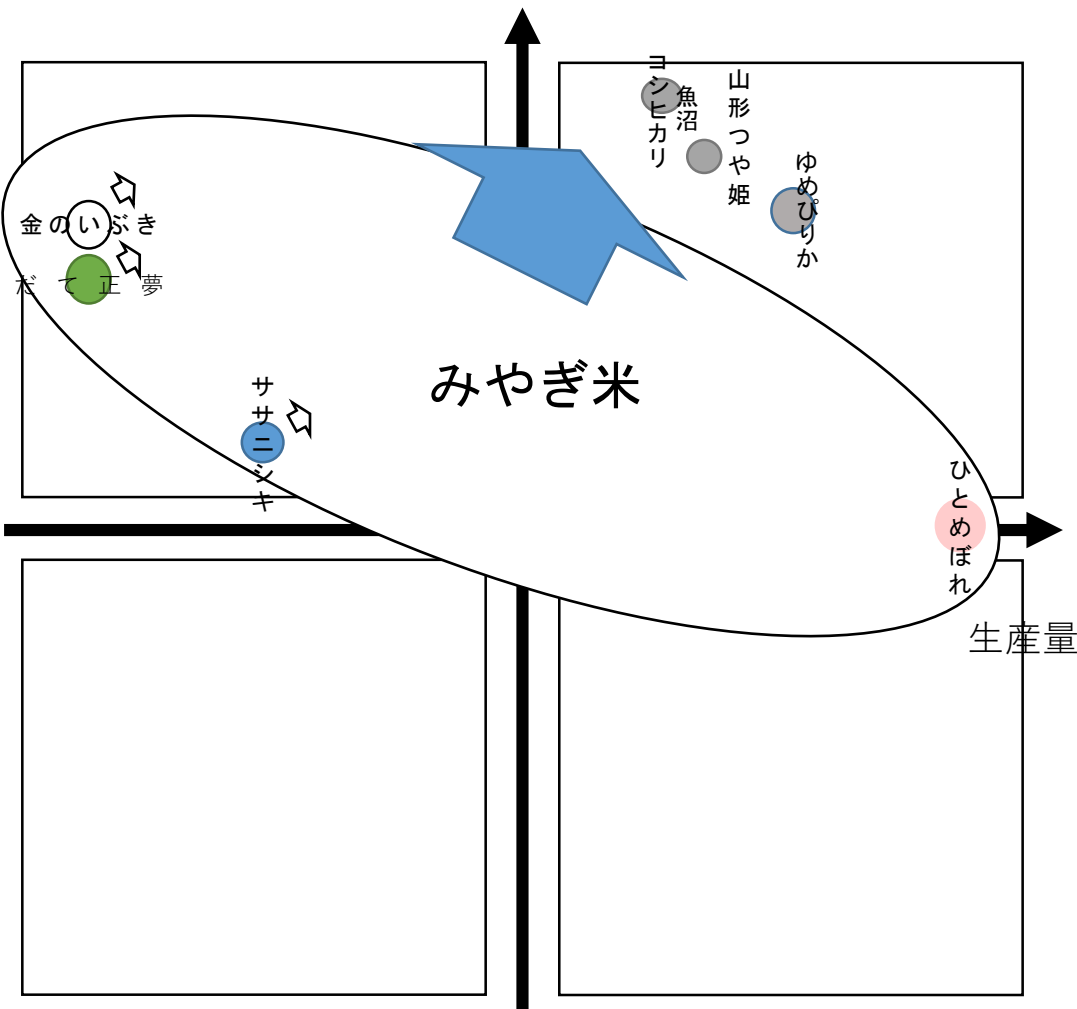
※令和元年度畜産課
 首都圏消費者へのアンケート調査

宮城県のブランド化対象品目の現在地と目指すポジション



品目	米
エリア	首都圏・県内

市場の評価
(例：認知度、差別化の度合い、価格)



【現在地】
 だて正夢：他銘柄米ほどの認知度はない
 ひとめぼれ：業務用として高いシェア
 ササニシキ：根強く安定した需要
 金のいぶき：高い需要に生産がおいついていない



【目指すポジション】
 みやぎ米全体として、つや姫、ゆめぴりかの価格帯

宮城県のブランド化対象品目の現在地と目指すポジション

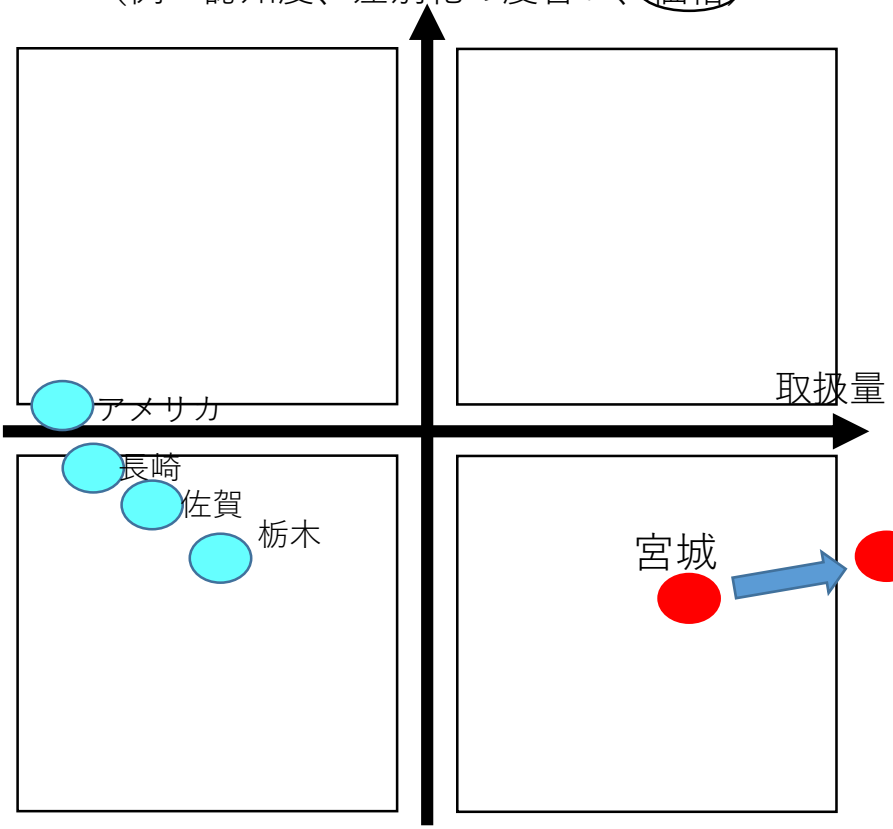


品目	いちご
エリア	県内・北海道

仙台中央卸売市場

市場の評価

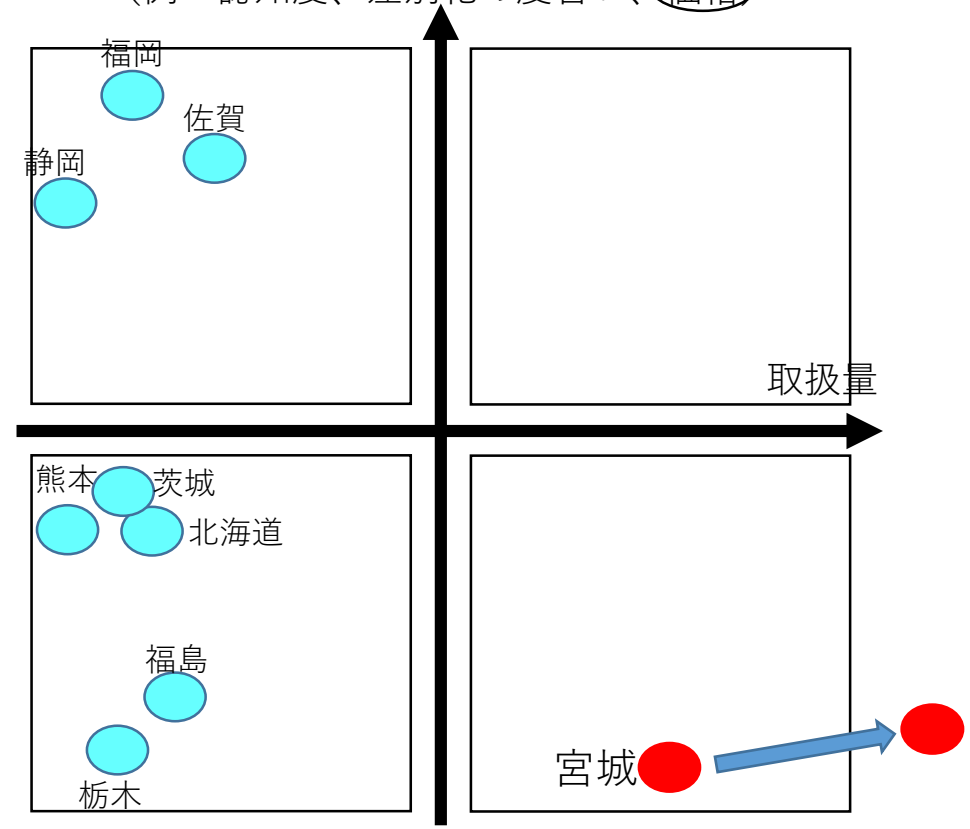
(例：認知度、差別化の度合い、**価格**)



札幌中央卸売市場

市場の評価

(例：認知度、差別化の度合い、**価格**)



【現在地】
 県内、県外ともに需要に生産が追いついていない



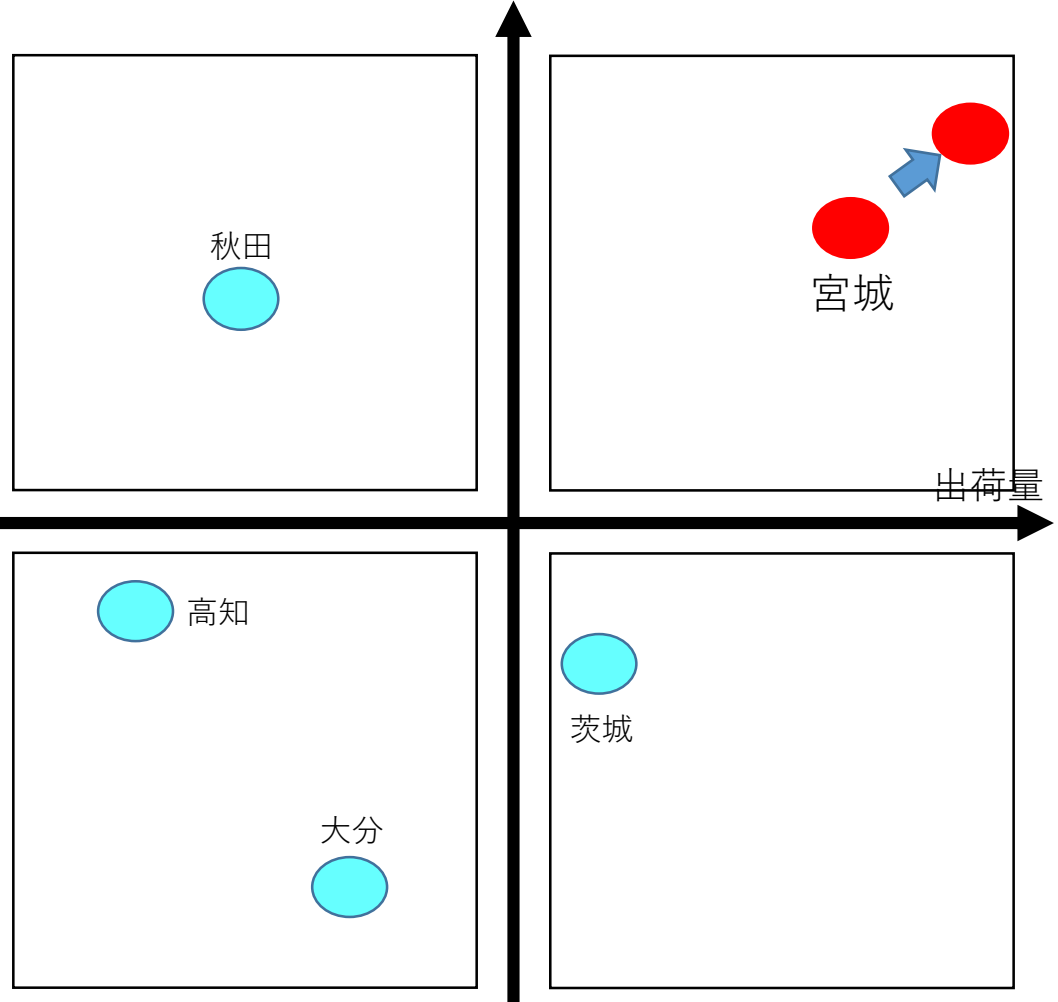
【目指すポジション】
 生産量の倍増

宮城県のブランド化対象品目の現在地と目指すポジション



品目	せり
エリア	県内

市場の評価
(例：認知度、差別化の度合い、価格)



【現在地】
○生産量日本一
○セリ鍋等の高い需要で、生産が追い付かない時期もある



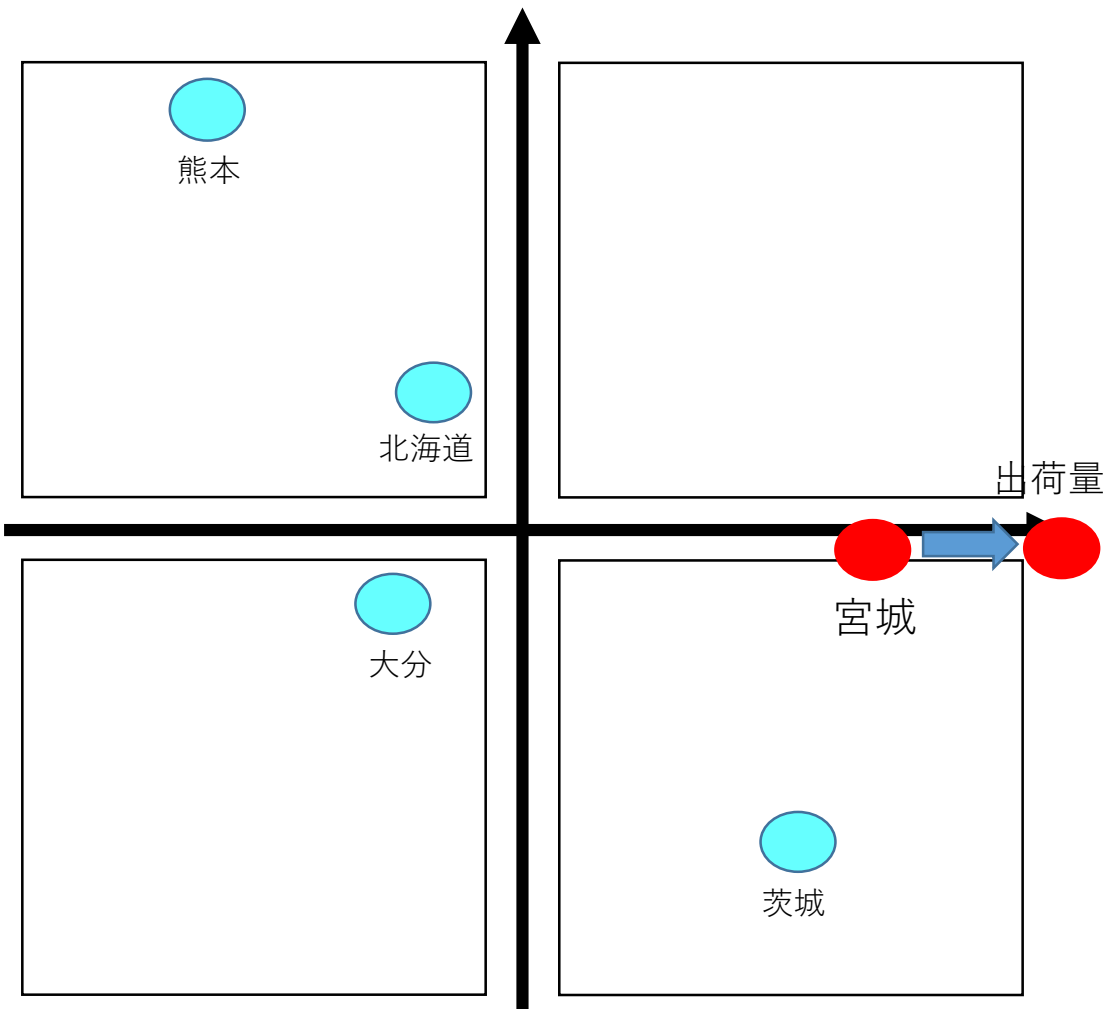
【目指すポジション】
より一層の認知度向上と生産の安定

宮城県のブランド化対象品目の現在地と目指すポジション



品目	パプリカ
エリア	全国

市場の評価
(例：認知度、差別化の度合い、価格)



【現在地】
○生産量日本一
○大規模施設による安定生産



【目指すポジション】
認知度の向上、生産量の増大、出荷量全国一位の維持

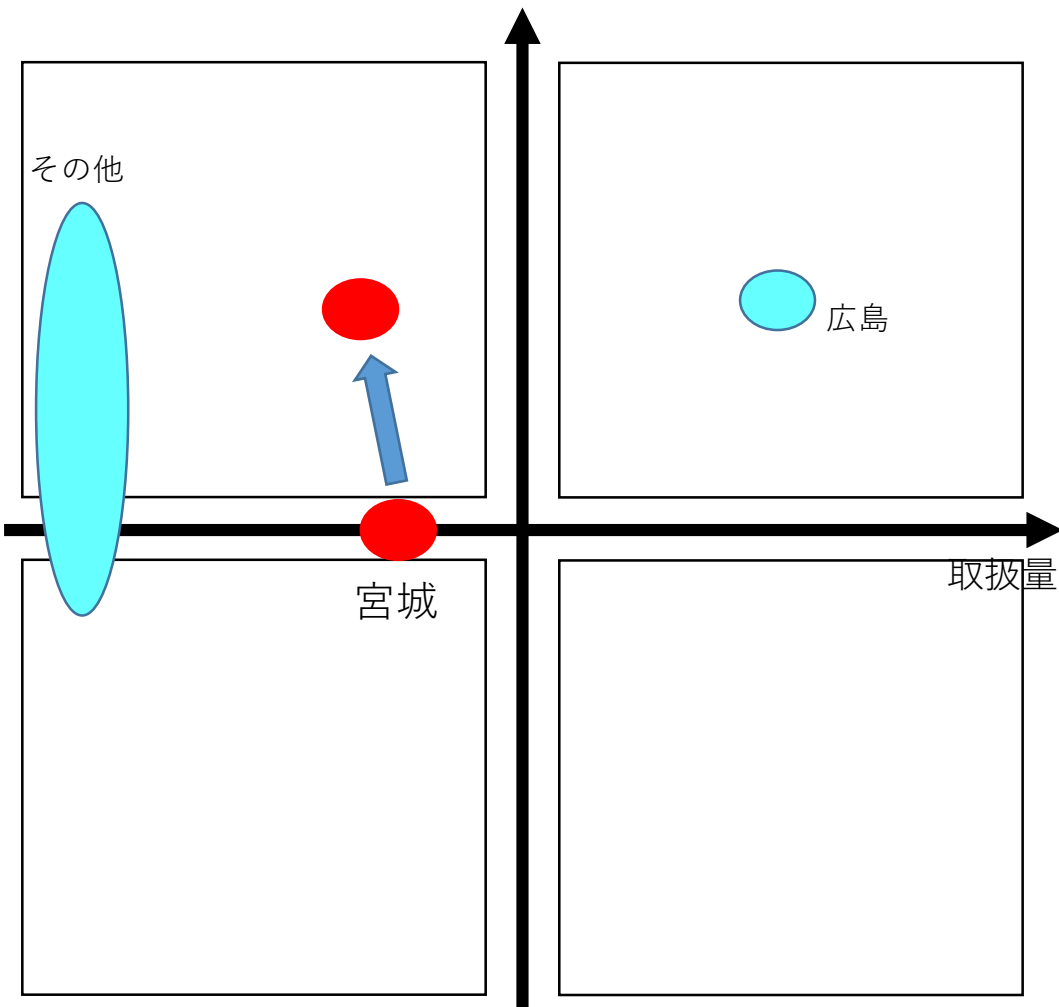
輸入

宮城県のブランド化対象品目の現在地と目指すポジション



品目	カキ
エリア	全国、海外

市場の評価
(例：認知度、差別化の度合い、価格)



【現在地】
○生産量は広島県について全国2位
○業務向け系統販売と各地域での殻付き牡蠣等のブランド化



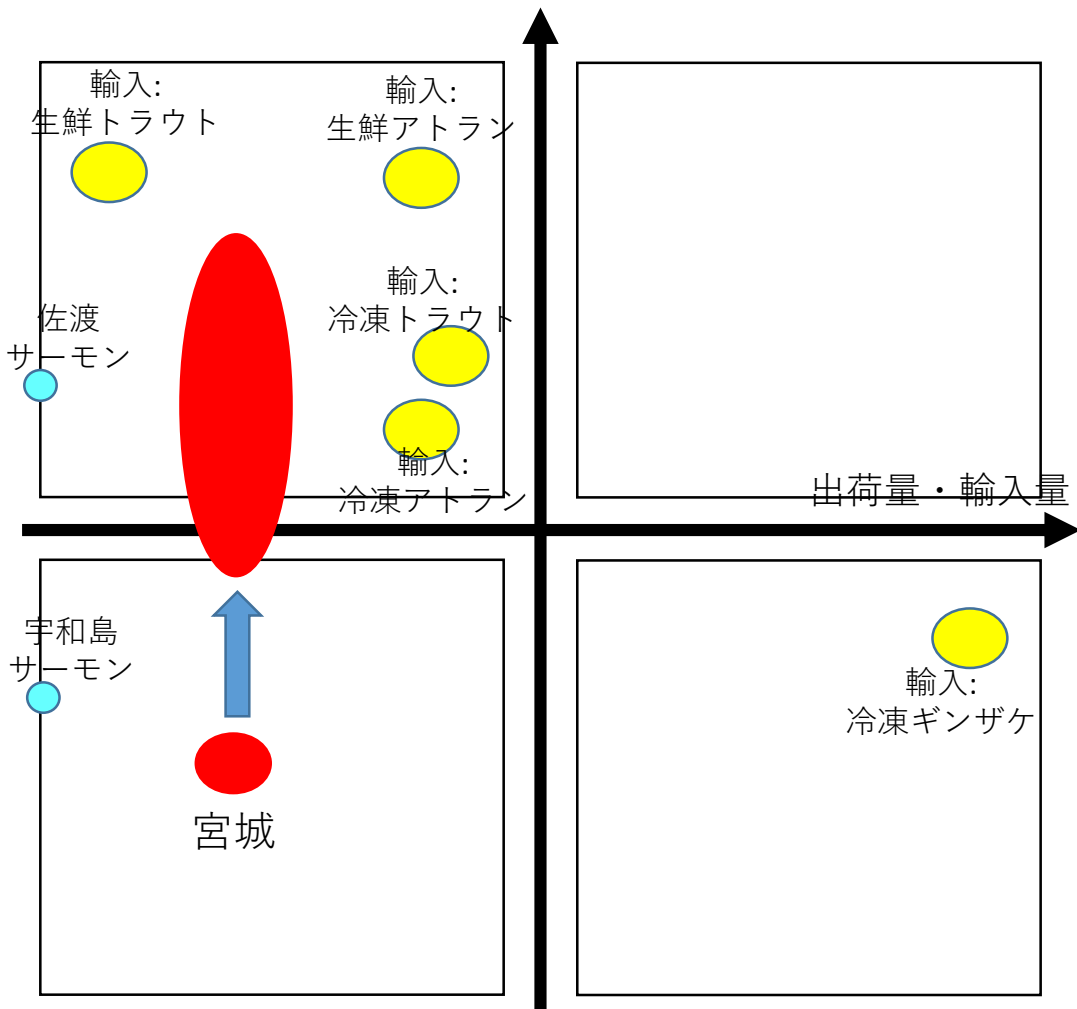
【目指すポジション】
品質の改善による単価の上昇

宮城県のブランド化対象品目の現在地と目指すポジション



品目	ギンザケ
エリア	全国

市場の評価
(例：認知度、差別化の度合い、価格)



【現在地】

- 生産量は全国1位
- 加熱用としては輸入冷凍ギンザケと競合
- 生食用としては輸入生鮮トラウト・アトランと競合



【目指すポジション】

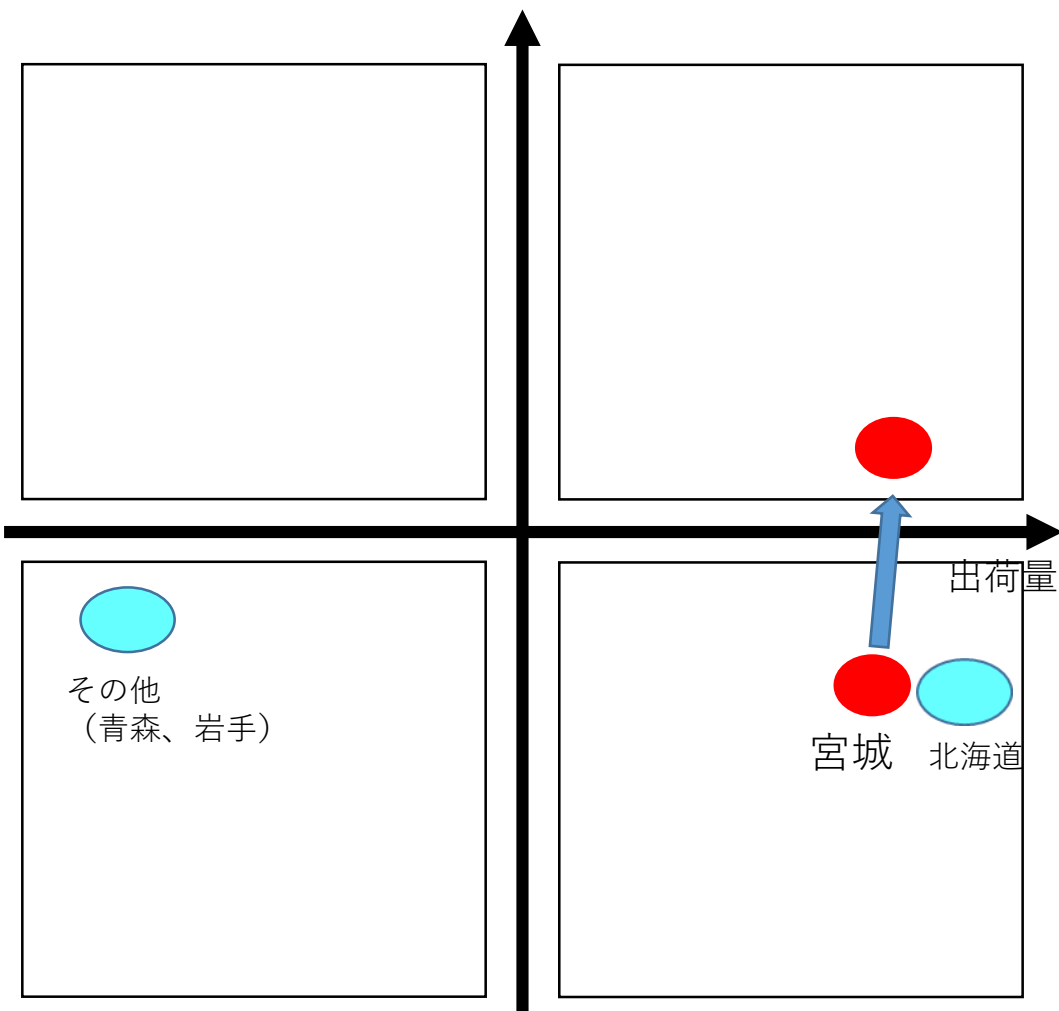
生食向けの品質向上による単価の上昇

宮城県のブランド化対象品目の現在地と目指すポジション



品目	ホヤ
エリア	県内、九州、首都圏、海外

市場の評価
(例：認知度、差別化の度合い、価格)



【現在地】
○生産量は全国2位。1位の北海道とほぼ同量
○韓国への輸出ができないことによる需要の低迷



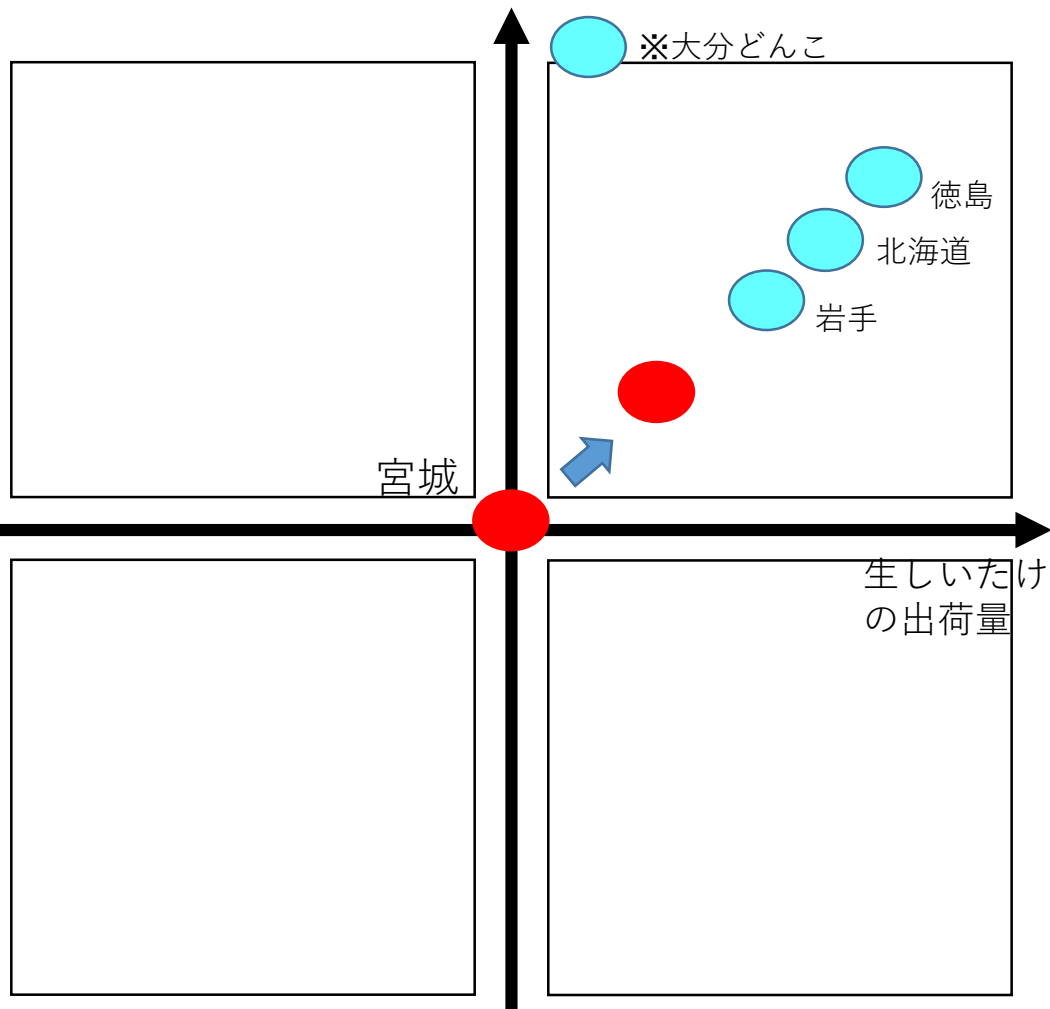
【目指すポジション】
需要拡大による単価の上昇

宮城県のブランド化対象品目の現在地と目指すポジション



品目	しいたけ
エリア	全国

市場の評価
(例：認知度、差別化の度合い、価格)



【現在地】
○生産量は全国21位。



【目指すポジション】
PRによる消費拡大