

商品選定基準

※その他の必要条件は「取扱商品基本方針」を参照

ながおしブランドに適した商品として下記9つの項目のいずれかに当てはまっているかどうか選定

◆ 長崎らしさー地域文化・ストーリーを背景に体験価値を訴求

項目	商品例(食品)	商品例(非食品)
歴史や文化とのつながり	カステラ、卓袱料理、からすみ、和華蘭文化に関するもの	三川内焼・波佐見焼、長崎べっ甲細工、教会モチーフの雑貨
地域資源の活用	壱岐焼酎、五島手延うどん、島原手延素麺	椿油関係、天然素材の日用品、長崎凧
観光・伝承との関係	郷土菓子、観光地にちなんだスイーツ	観光地限定の土産品、名所モチーフの雑貨

◆ プレミアム感ー特別な素材・製法により非日常感を提供

項目	商品例(食品)	商品例(非食品)
素材へのこだわり	天然飼料で育てた地鶏の燻製、無添加ジャム、長崎産小麦の焼き菓子	天然木私用の小物入れ、有機コットンを使用した布製品
技法・製法	壱岐焼酎、五島手延うどん、島原手延素麺	手彫りの木工品、手描きの焼き物、手織りの布雑貨
贈答ニーズへの適合	高級感のあるギフトBOX入りスイーツ、季節限定詰め合わせセット	桐箱入り陶器、包装紙に長崎モチーフを使った工芸品

◆ SNS映え・シズル感ー視覚的に訴求力があり、共感・拡散を促進

項目	商品例(食品)	商品例(非食品)
写真映え・色彩美	和洋折衷の焼き菓子、ジューシーな果物の断面図	モダンカラーの波佐見焼、和紙×モダンデザインの雑貨、椿柄の和装小物
パッケージ訴求	伝統模様入りの個包装菓子、デザイナー監修の酒ラベル	長崎の観光名所や特産品をイメージさせるラッピング
シェアされやすさ	季節・イベント限定品	地域限定コラボグッズ(例:キャラクター×長崎モチーフ)

参考:ながおしとは……



ながおし

美食と絶景の街、長崎。



<https://nagaoshi.pref.nagasaki.jp/>



[@nagaoshi_nagasaki](https://www.instagram.com/nagaoshi_nagasaki)



- ◆ 『美食と絶景の街。長崎』をコンセプトに、県外の方々へ長崎の食・県産品の魅力を届けるため、デジタルマーケティングを活用しながら情報発信の効果を分析・検証・改善し、最適な発信方法を追求しています。
- ◆ ポータルサイトとInstagramに加え、ECサイトでより購買に近いシーンでの情報発信を行っています。

ブランディング戦略

- ✓ 「この“美食”の先にこの“絶景”がある。」「この“絶景”の先にこの“美食”がある。」といった『地域』を切り口とした食のストーリー展開
- ✓ “美食”と“絶景”をイメージした、情緒的で洗練されたブランドイメージの構築

メインターゲット

- 25歳～44歳の男女
- 首都圏・関西圏・福岡を中心とした都市部在住
- 食に関心が高く、国内・アジア旅行が趣味
- トレンド情報などSNSで情報収集
- 大手ECサイトなどで買い物を楽しむ



ターゲット分析からみえたインサイト(深層心理)

- 旅先/出張先で美味しい「食」に巡り合いたい
- 地方の美味しい「食」を知って食べたい

地方の「食」を知るきっかけは『旅』

**『長崎の食(グルメ)&旅』両方が詰まったコンテンツを
届けることで県産品への興味関心が高まる**