

様式第3号（第4条関係）

こまつもんゴールドブランド認定申請追加調書

商品の特徴・PR

1	<p>商品力</p> <ul style="list-style-type: none"><li>商品自体（形、味、色等）に小松らしさが表現されているか</li><li>主な原材料の特徴が活かされているか</li></ul>	<p>小松産大麦の香ばしい香りと、トマトのフレッシュな酸味が絶妙な味わいです。試行錯誤の末、トマトの酸味と甘みを活かすため、2種類のトマトを使用しています。</p>
2	<p>販促力・発信力</p> <ul style="list-style-type: none"><li>パッケージ、ネーミング、キャッチコピー、販売戦略等において、小松イメージが発信されているか</li><li>価格以上の価値が感じられるか</li></ul>	<p>江戸時代から受け継がれてきた伝統芸能「曳山子供歌舞伎」。そして、歌舞伎「勧進帳」の舞台となった「安宅の関」。「歌舞伎のまちこまつ」をイメージした定式幕カラー（黒・柿色・萌葱）を使用したパッケージです。</p>
3	<p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"><li>上記以外に特にアピールしたい点 （マスコミ取材歴、受賞・褒賞歴等）</li></ul>	<p>〇〇コンテスト食品部門金賞受賞。</p>

