

食料プロジェクト【知財ブランド】研究資料 第1号

地域ブランド・知的財産の活用の進展と消費者の評価

目 次

第1章	はじめに	1
第2章	GI 製品の付加価値向上に向けた取組に関する分析	6
	(別添資料1)「みやぎサーモン」の取組について	20
	(別添資料2)「山形セルリー」の取組について	29
	(別添資料3)「つるたスチューベン」の取組について	34
	(別添資料4)「能登志賀ころ柿」の取組について	40
	(別添資料5)「加賀丸いも」の取組について	46
	(別添資料6)「十三湖産大和しじみ」の取組について	51
	(別添資料7)「桜島小みかん」の取組について	56
	(別添資料8)「辺塚だいだい」の取組について	62
	(別添資料9)「岩出山凍り豆腐」の取組について	69
	(別添資料10)「焼畑あつみかぶ」の取組について	73
第3章	GI 制度の認知やGI 製品の消費に影響する要因の分析	79
第4章	制度情報や産地の認知度等がGI マークの消費者評価に与える影響	100
第5章	果物の購入用途別のGI マークの消費者評価の検討	110
第6章	ドイツの地域ブランド牛肉における認証制度等の活用を通じた品質情報の 発信	120
第7章	GI 制度による持続可能な開発目標 (SDGs) への貢献に関する分析	154
第8章	知的財産の活用による競争力強化に関する分析	168
第9章	おわりに	181