

**JAPAN
BRAND**

Creating New Traditions

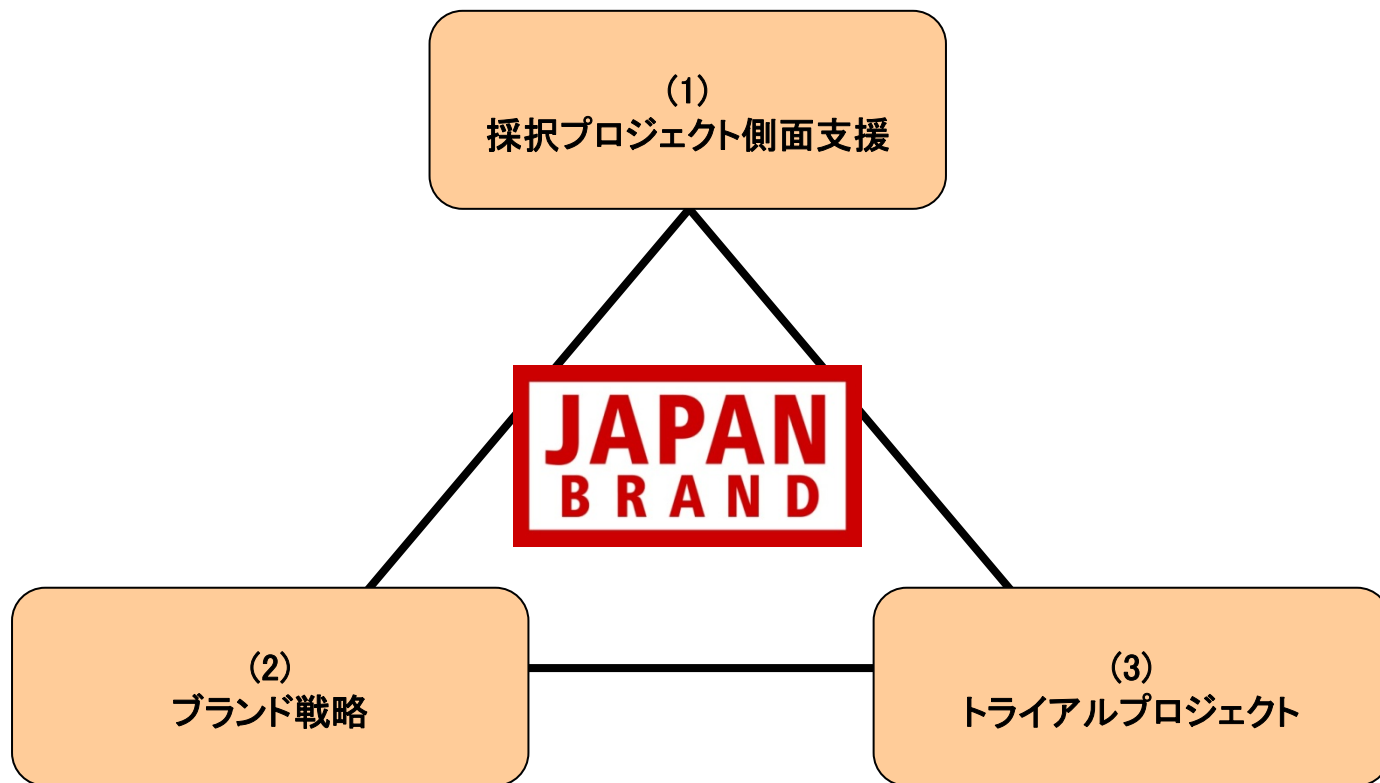
平成19年度
JAPANブランド育成支援事業
事業推進計画

JAPANブランド共同事務局
平成19年10月3日

1 事業推進計画の目的

- ・ 以下の政策目的を達成するための仕組みの構築
 - (1) 本事業の支援プロジェクトが、中長期的な事業として自立し、それが地域経済の持続的発展につながること
 - (2) 本事業の支援プロジェクト(ブランド)が、日本を表現しつつ世界に通用する真の「JAPANブランド」として確立し、それが世界に対する日本の(伝統、技術、中小企業等の)価値を高めること
 - (3) 「JAPANブランド育成支援事業」が、他地域における取組の目標・刺激となることで、日本全国の地域活性化を底上げすること。

2 事業推進計画の柱立て



3 (1)採択プロジェクト側面支援…1

<<概要>>

① セミナー、意見交換会の開催

- ・10月30日(火)に開催予定(テーマ:ブランディング、販売促進等)
- ・録画記録も行うことで、適宜プロジェクト参画者へ情報提供をWEB等を活用して行なうことも検討。

3 (1)採択プロジェクト側面支援…2

セミナーカリキュラム案

(10月30日13時～15時開催予定)

- ジャパンブランドコンセプト・ウェブサイトについて
… 30分 (日商、全国連)
- JAPANブランド育成支援事業のマーケティング・販促活動の取組事例について …90分(プロデューサー等及び百貨店関係者)
- 空想生活の概要について … 45分(エレファントデザイン)
- デザイナーズウィークへの出展について
… 30分程度(デザイン・アソシエーション)

3 (1)採択プロジェクト側面支援…3

②商談会、展示会の開催

イ. JAPANブランドエキジビションin TDC

日 時:6月25日(月)～6月30日(土)11:00～18:00

会 場:東京デザインセンター ガレリアホール

出 展 数:30プロジェクト

来場者数:1,252名(アンケート回答者数960名)

主な来場者:三越百貨店、伊勢丹百貨店、
高島屋、東急ハンズ 他



3 (1)採択プロジェクト側面支援…4

② 商談会、展示会の開催

ロ. 第65回東京インターナショナルギフトショー

概 要:日本最大級の商談型見本市

テーマ:「デザインブーム後の商品トレンドは」付加価値創造の時代へ
時代と共に変わる消費者の嗜好の変化を、どの様に捉えるかが決め手。 デザイン
が良くて当たり 前となってくると見た目の良さだけでなく、量産品より稀少価値や意外性、
味わい深さなど、作り手 の魅力を伝える付加価値の創出が求められる。
消費者の共感を得られる様な付加価値創造型時代へ。

日 時:平成20年2月5日(火)～8日(金)

集客数(昨年):200,098人

客 層(昨年):業態別・卸売16.3%、小売21.8%、専門店8.5%

海外来場者2,320人

3 (1)採択プロジェクト側面支援...5

③ 事業評価

イ 過去の案件整理、再評価

- ・過去の事業の評価

ロ 成功事例・失敗事例の集約、分析

- ・過去の事業の事例を集約、分析し、成功事例・失敗事例を類型化

ハ 情報共有(冊子作成、HP公表等)

- ・冊子の作成やHP上での公表によるノウハウの共有

④ 卒業プロジェクトへの支援方法

- ・他への波及効果、「JAPANブランド」自体のブランディングを考慮に入れ、先駆的事例について、モデル事業として支援を継続することの可否を検討

3 (1)採択プロジェクト側面支援...6

⑤ 採択プロジェクトの進捗管理

- ・各プロジェクトからの定期的報告を通じた進捗管理、各地と全国団体との情報共有(HPを活用)

⑥ 関係機関との連携

- ・自治体(商工会、商工会議所の所在する都道府県、市町村)との情報共有・相互支援
- ・大使館、JETRO等の活用(情報発信機能)

4 (2)ブランド戦略…1

① ブランド展開

- ・外部、内部組織を活用したブランド展開
- ・ブランドコンセプトの周知、共有
- ・「JAPANブランド」マークの利用



Creating New Traditions



新しい伝統の創造を



暮らし・彩り・創造

4 (2)ブランド戦略…2

②「JAPANブランドWEB」の稼働

・稼働日：6月25日から順次稼働

・内容

- 一般向け広報ページと内部進捗管理用ページが存在
- 「JAPANブランド」自体のブランディングページ
- 各地のプロジェクトからの情報提供ページ

The screenshot displays the JAPAN BRAND website interface. On the left, a vertical navigation menu includes links for Home, JAPAN BRANDとは, 各地のプロジェクト紹介, 活動報告, JAPANブランド育成支援事業, リンク, お問い合わせ, and 採択プロジェクト専用. The main content area features a header with the JAPAN BRAND logo and the tagline 'Creating New Traditions'. Below the header, there are several sections: a 'PickUp' section with a featured article titled 'INABA(因幡)ブランド新商品開発プロジェクト' from the '鳥取県商工会連合会' dated 09.26; a '新着情報' section with a date of 09.28; and a 'ブランドガイドライン' section. The 'ブランドガイドライン' section is highlighted and contains sub-sections for 'はじめに(PDF262KB)', 'I JAPAN BRANDブランド戦略(PDF1.6MB)', and a 'ログアウト' button.

4 (2)ブランド戦略…3

③ 「Tokyo Designer's Week」への出展

・「JAPANブランド」自体のPRを主目的として出展

「Tokyo Designer's Week」概要:

今年で21年目を迎える、多種多様なデザインに係る企業、団体、学校、大使館、そして デザイナーが参加する日本最大・最良のデザインイベント。

日 時:平成19年10月31日(水)～11月4日(日)

来場者数:10万人を予定(平成18年度・約7万人)

場 所:明治神宮外苑

100% design tokyo
Jingu Gaien Aoyama
31 October - 04 November 2007

News

100% Design とは

開催概要 **New**

出展について

会場について

会場へのアクセス

開催報告

出展者一覧

ビジュアルツアー

プレス

お問い合わせ

Tokyo Designer's Week

News

Tokyo Designer's Week 2007 プレラストレーション開始
事前登録(プレラストレーション)をすると、入場料金の割引をはじめ、会場でさまざまな特典を受けることができます。ぜひ、ご登録ください。 >>>[詳しくはこちら](#)

出展者説明会
100% Design Tokyo 2007出展者説明会の詳細が決まりました。下記の要項にて行いますので、ご参加頂けますようお願いいたします。

日程 - 2007年9月4日(火曜日) 10:00～12:00 ※開場 9:30
場所 - アカサマ・ヒルズ(六本木ヒルズ西館40階) [地図](#)
内容 - 100% Design Tokyo 2007

4 (2)ブランド戦略…4

④ 各種メディアとの連携

- ・国内全国メディア(新聞、テレビ)、地域版のシリーズ化、専門雑誌
- ・海外向け媒体の検討

⑤ 内部媒体の活用

- ・中小企業省、全国連、日商等のプレス提供、HP情報提供の活用
- ・関係者、関係機関等への情報提供

5 (3)トライアルプロジェクト…1

<<趣旨>>

- ・JAPANブランド育成支援事業は、地域の中小企業が有するものづくりの伝統や技術・技能を進化させ、新しい伝統を創造し、世界に目を向けて商品を販売していくことを目標としている。
- ・当事業において、各プロジェクトにおいて開拓した「商品ニーズ把握」・「商品開発」・「販路開拓」・「海外進出」におけるノウハウ、手法は他でも利用が可能である。
- ・他のプロジェクト参画者のみならず、全国の中小企業への波及効果も視野にいれ、下記のとおり試験的な取組としてトライアルプロジェクトを推進する。

5 (3)トライアルプロジェクト…2

<<具体例>>

① 空想生活×JB

- ・商品企画時における市場調査の一手段として活用
- ・JBプロジェクト参画事業者によるテストケース的利用

② その他実施を検討するプロジェクト

イ. イーウーマン

- ・主に女性からなるイーウーマンリーダーズ(商品企画についてホームページ上で意見を出し合うサイト参加者)による商品に対する意見聴取や新製品開発等

ロ. ユニカル

- ・海外展開時のマーケティングサポート、具体的な商談がスタートしからの翻訳、通訳等

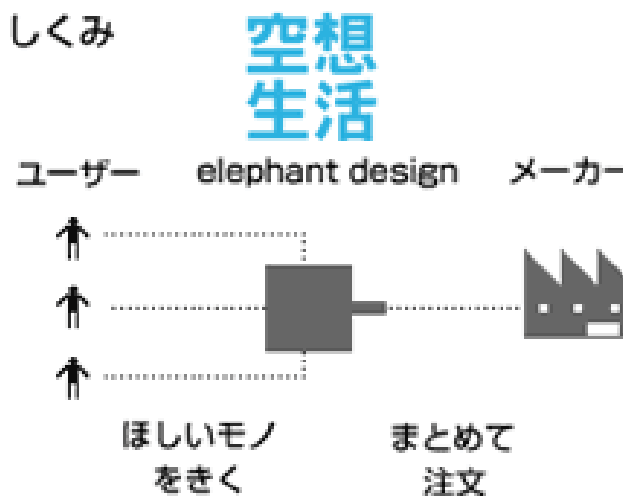
空想生活(cuusoo.com)とは…

- ・エレファントデザイン株式会社の運営するモノづくりwebサイト。
「ほしいものがほしい！」空想生活は、シンプルだけれどもとても大事な
こと＝ユーザーが本当に望んでいる商品をつくっていくサイト。デザイン
、機能、使い勝手、値段、さまざまな視点から検討し、ユーザーの応援
を募りながら、メーカーそしてデザイナーとともに商品化を目指している。
- ・無印良品とコラボした「空想無印」(<http://www.cuusoo.jp/muji/>)もある

きっかけ

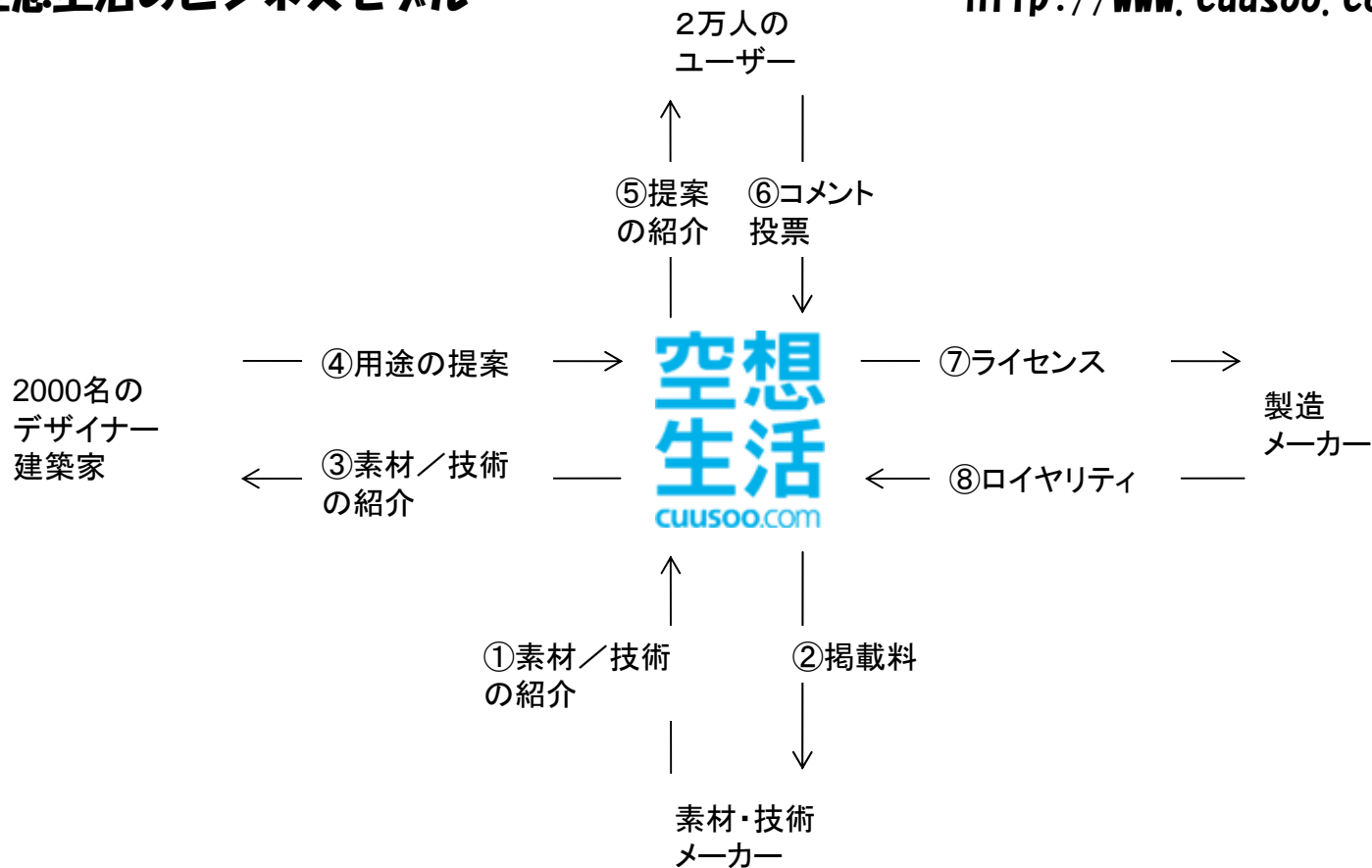
本当に欲しいものほど
売っていきなかつたりする。
世の中にないのなら
自分たちでつくってしまえば
いいんじゃないか？

しくみ



空想生活のビジネスモデル

<http://www.cuusoo.com/>



空想生活を用いた商品開発とマーケティング

提案にはユーザーからコメントが集まります。
コメントを通じて以下の定性的な情報が得られます。

『ビジターによるコメント（書き込み）』

空想生活
空想生活

PCTOTE CSO128 コミュニティー
いっしょにPCTOTE CSO128をつくる

しごとTV | 靴・バッグ

投票 4票

4 →投票とは？

投票する

THEME SPONSOR

三菱地所株式会社

三菱地所

Marunouchi
cuusooproject
丸の内空想プロジェクト

丸の内空想プロジェクト



コンセプト

ジム用シューズも、書類も、PCも！全部一緒に持ち運べる、ぶとっちょPOTトート

商品化達成 & 発売中！
(在庫、残りわずか)

投票する

この提案にコメントする

提案者: 空想生活さん
(登録: 2007-08-01
09:42:55.129605+09)

提案の詳細

提案へのコメント

[全てのコメントを見る](#)

私は・・・

私も鞆を2個持つより1つの方が便利だと思います。でもジム行った後の汗のかいたシャツや靴を鞆と一緒に持ち歩くのは少し抵抗がありますね・・・

web start 2007/08/25 03:00:25

ジム・・・

ジム行かないからなあ～

小太郎 2007/08/03 08:40:36

いいかも

ダンベルとプロテインシェーカー入れる場所もあるといいかも。常にトレーニング！

おっさん 2007/08/02 22:45:07

あれもこれも

PCは周辺機器がとても多いのでこれくらい太っちゃうなほうが役に立つはず！
大は小を兼ねる！

masa 2007/08/02 19:16:21



Creating New Traditions