

JAPANブランド育成支援事業とは

日本各地には、地域の歴史や文化の中で育まれてきた素晴らしい素材や技術などの地域資源が数多くあります。

そして、これらをその地域ならではの「強み」と捉えた上で、現代の生活に適合させたり、海外の市場にも目を向けたりしながら進化させていくことで、時代や国境を越えて強い共感を呼ぶ新しい商品やサービスが生まれます。

JAPANブランド育成支援事業(以下、「本事業」)は、地域の中小企業が一丸となって、このような視点で現代の生活に彩を添える魅力的な商品やサービスを生み出していくことを支援し、地域の強みを活かした製品などの価値を高めていくことをめざす事業です。そして、各プロジェクトの地道な活動を通じて、自らの経営基盤の強化と地域経済の活性化に貢献していくこと、さらには、日本らしさを表現しつつ、世界に通用する「JAPANブランド」を実現していくことを目指しています。

JAPANブランド育成支援事業のこれまでの取り組み

本事業は、平成16年度に開始されて以来、平成17年度までの2年間で61件の採択プロジェクトに対する支援を行ってきました。

平成18年度からは、本事業に期待する地域の声に応え、次のような支援スキームの強化を図りました。

[平成18年度から強化した支援スキーム]

- ブランド確立支援を継続するため、最大3ヵ年の支援へ制度を拡充
- 戦略策定を支援するため、計画段階への支援を開始

JA PANブランド育成支援事業の今後の取り組み

本事業は、地域の中小企業が一丸となって、自らと地域の将来を切り開いていく「運動」と捉えることができます。そして、この運動において主役となるのは、地域の各プロジェクトで生み出された商品やサービスであり、地域のブランドです。

本事業ではこれまで、この観点から地域のブランドの確立に向けた支援を先行して実施してきたことで、多様な地域のブランドを生み出す源泉として、また、地域資源の「強み」を活かしつつ、本事業で支援する対象の全体像を示すものとしての「JAPANブランド」(以下、JAPAN BRAND)について、その考え方や方向性が形になってきました。

そのため、各方面で本事業の重要性がますます認識され、期待が高まっていく中、今後、JAPAN BRAND自体に次のような機能を高め、地域のブランドとの相乗効果を発揮していくことが求められています。

[JAPAN BRANDの機能]

- JAPAN BRANDを通して、本事業のめざす方向性(商品開発や地域のブランド確立など)について、関係者の理解を深め、求心力を高める。
- 地域の中小企業をはじめ、消費者や市場、さらには広く社会に向けての情報発信力を高める。

以上を踏まえ、次のようなブランド要素を
JAPAN BRANDに導入し、本事業を一層
強化していきます。

- 本事業がめざす方向(運動の理念)としてのブランドコンセプト
- 本事業の視覚的な象徴としてのブランドシンボル
- 本事業の理念を一言で表現するブランドスローガン

JAPAN BRANDの考え方(コンセプト)

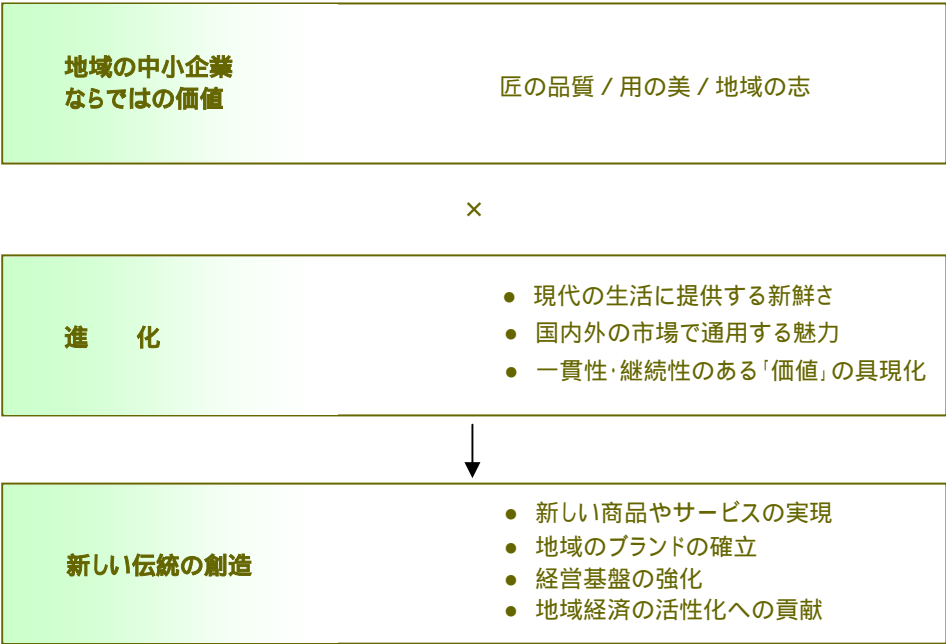
日本の各地では、ものづくりの伝統や技術・技能が育まれ、また独特の美意識と知恵に裏打ちされた生活が営まれています。そして、本事業に参加する地域の中小企業には、ものづくりと地域に対する愛着、誇り、責任感があります。

JAPAN BRANDでは、これらを地域の中小企業が時代と国境を越えて発揮できる「強み」や「志」と捉え、「地域の中小企業ならではの価値」として次の三つにまとめます。

- 地域の中小企業ならではの価値

匠の品質	地域で育まれてきた伝統や現代に息づく職人の技。そこには、豊かな自然と職人の手のぬくもりがあり、自らのこだわりと研鑽は、匠の品質を生み出します。
用の美	日本人が日々の実用の中で鍛え上げた美しさ。この用の美と、使う人の喜びを願う作り手のまごころは、時代と国境を越えて、人々の暮らしに新鮮な彩りを添えます。
地域の志	日本各地の多様な自然、伝統、文化、暮らし。地域の中小企業は、自らの事業を通じてそれらを支え、誇りをもって次の世代、そして世界の人々と共有していきます。

JAPAN BRANDは、この3つ価値を進化することによって、現代の日本や世界の市場で通用する「新しい伝統の創造」をめざしていきます。



JAPAN BRANDのブランドシンボルとブランドスローガン

- ブランドシンボル

JAPAN BRANDのブランドコンセプトを視覚的に象徴するものとして、また、ホームページ、展示会、パンフレットなどにおいて本事業とその商品やサービスを訴求する際の目印として、次のブランドシンボルを使用していきます。

- JAPAN BRAND のブランドシンボル



- ブランドシンボルの意図

日本には、伝統的な美意識と生活の知恵から生まれた1:2という寸法比があり、畳や障子の目で使われてきました。本ブランドシンボルは、その比率の印鑑をイメージしてデザインされ、色も日本と朱肉を想起させる赤としました。また、主役である地域の商品やサービス、そして地域のブランドを引き立たせながらも支える役割があるため、極端な情緒を排した記号的なデザインとしています。

- ブランドスローガン

ブランドコンセプトを一言で表現する言葉として、次のブランドスローガンを使用していきます。

- JAPAN BRAND のブランドスローガン

Creating New Traditions

- ブランドスローガンの意図

国内外の市場で共通して使用していくことを想定し、英語のスローガンとしました。「Traditions」と複数形になっているのは、本事業を通じて新しく生み出された商品やサービス、そして地域のブランドが、地域ごとに新しい伝統を創造していくことの重要性を表現しています。