



平成19年度JAPANブランド採択プロジェクト月次報告 ブランド確立支援事業(3年目) 案件: 2007年5～8月分

番号	実施団体名／今月の事業実施状況／担当者のコメント
1.	小樽商工会議所 (OTARU—ガラス工芸品の世界ブランド化プロジェクト)
2.	旭川商工会議所 (旭川家具ブランド確立推進事業)
3.	弘前商工会議所 (世界へ発進! 津軽『うるおい、うるわし』事業プロジェクト)
4.	東通村商工会 (飛来する未来へ!!『ひがしどおり海山喰(か)さまい創出プロジェクト』)
	<p>7月25日(水)に東通村庁舎で、JAPANブランド育成支援事業「飛躍する未来へ!!『ひがしどおり海山喰さまい』創出プロジェクトの平成19年度第1回プロジェクト実行委員会を開催した。</p> <p>ブランド確立の最終年となる3年目は、昨年度に引き続き中国大連市場への展開のほか、新たに香港・上海市場への販路開拓を進め、国内では首都圏や関西圏への展開をはじめ、全国各地への路拡大と販売体制・流通システムの確立を図り、最終的には『東通村』がブランドとして認知されることを目指します。</p> <p>実行委員会には関係者約40人が出席し、本年度新たに迎え入れたマーケティングアドバイザー2人が、「ブランド確立に向けての取組み」をテーマに基調講演し、今後の事業展開について話し合われました。</p> <p>～これまでの事業概要～</p> <p>同プロジェクトは、平成17年度から取り組まれ、地酒祈水をはじめ、ホタテ干し貝柱、干シアワビ、干しナマコのブランド化に力を入れ、神戸市や中国大連市で展示・商談会を行い、販路開拓を進めてきました。</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">本年度事業計画を話し合った第1回実行委員会</p>
5.	山形商工会議所 (山形発「カロッツェリア型ものづくり」のブランド展開)
6.	会津若松商工会議所 (BITOWA FROM AIZU)

7.	川口商工会議所（「Casting Innovation 新・川口鋳物の創造」）
8.	三条商工会議所（SANJO発 グローバル・ブランド構築支援プロジェクト）
9.	燕商工会議所（“enn”ブランド育成支援事業）
10.	加茂商工会議所（桐を中心とした加茂木エブランドの海外市場販路確立プロジェクト）
11.	岡谷商工会議所（岡谷絹＜ 絹(あしぎぬ) ＞製品のブランド化事業）
12.	飯田市鼎商工会（「飯田水引」アートのブランド確立） ○8月9日「JAPANブランド」JDCA特別賞を受賞 ・6月開催の「JAPANブランドエキジビションinTDC」日本デザインコンサルタント協会から「飯田水引アート」のデザイン性を高く評価され特別賞の授与が決定され本日時受領する。 ○8月17日(月)第3回プロジェクト会議開催し、9月展示会に向けての協議をした。 ・9月展示会のコンセプトについてメンバーの意向確認。 ・オリジナル商品の試作状況の確認。(2作品についてデザイナーの評価を受けるために写真撮影)
13.	富士吉田商工会議所（海外展開ブランド支援事業『プロジェクトfuji faconne(フジファソネ)』）
14.	福田町商工会 (FUKUDEコード・ルネッサンスMISSION—コーデュロイ(solbrevaco)事業本格始動—) ① 6/18(月) 第1回 JAPAN ブランド委員会を実施、委員委嘱・事業計画等が行われた。終了後、第1回実行委員会を開催。今後の取り組みについて、テキスタイルの開発についての詳細・展示会への出展・昨年度好評であったネットショップにより PR 等が検討された。この委員会の要旨は、繊維ニュース他数社に掲載されるなどパブリシティとしても有効に活用された。
	
15.	一宮商工会議所（JB(ジョイント・尾州)ブランド構築事業）

16. 有松商工会（創造と進化～有松鳴海絞りブランド）	
	<p>6月12日 第1回JAPANブランド実行委員会開催 事業方針、実施体制等について 7月 6日 第2回JAPANブランド実行委員会開催 展示会開催概要等について 8月 9日 第3回JAPANブランド実行委員会開催 展示会及び試作品製作等について 6月25日～6月30日 JAPANブランドエキジビション in TDC 出展 7月 JDCA大賞受賞（日本デザインコンサルタント協会）</p>
	<p>急遽10月に地元で展示会（愛知県絞工業組合主催）を開催することになりましたので、もともと開催予定の 12月の展示会と併せて試作品の製作に取り組んでいるところです。 また、政府のインターネットTV(http://nettv.gov-online.go.jp/)で、JAPANブランド事業を取り上げていただけることになり、9月6日にTVの収録をいたします。 放映については9月20日ぐらいになると聞いておりますので、是非、ご覧下さい。</p>
17. 高山商工会議所（『飛騨春慶のある生活提案』によるブランド育成事業）	
18. 紀北町商工会(JAPANブランド ザ・たべきり)	
19. 輪島商工会議所（「出会い」創造プロジェクトー輪島から感動を伝えたいー）	
20. 能登町商工会(『能登の醸し』ブランド発信事業)	
	<p>最終年度である3年目の『能登の醸し』ブランド発信事業、第1回事業推進会を開催しました。これまでの取り組みの集大成とし、地域ブランド構築を目指し科学的根拠に基づいた「いしり」の製造基準及び品質管理の確立と組織作り、東京にて在日外国人シェフをターゲットに「いしり」の普及を目指す『いしり』フェスティバルの開催やインターナショナルシーフードショー東京、International Restaurant & Foodservice Show of NY 2008 へ出展することを決定しました。 また、地元で更に「いしり」を普及させることにより足元を固めしっかりとした基盤を築くため生産者等に対し事業説明会を開催し協力を依頼しました。</p> <p>インターナショナルシーフードショー東京に出展し、効率よく複数の商談をすることができ、既存顧客との交流を効率的に図ることが出来たと思われます。また、役職を問わず、様々な方と面談が出来、商品のPRが直接出来た、一方で来場者以外にも出展者との会話の中で競合他社等の情報がキャッチでき、ユーザーの視点も垣間見ることが出来たと思われます。新規顧客獲得においては、多くの企業に商品を知ってもらうきっかけになったことをはじめ、既存ルート以外の顧客発掘が出来たと思われます。通常商談する機会のない企業との接点を持つことができ、今後の販路拡大につながるものと思われます。</p>
	<p>展示会への出展では、食の時流が安全・安心の追及であることをあらためて実感しました。これは致し方ないと思われますが、こんな時代だからこそ泥臭い、言うなれば昔の時代の魚らしい商品が、もしかしたら現代社会では魅力的に写るのではないかと考えられ、あまりにもスマートになりすぎているような感に堪えません。 いずれにしても日本の魚文化を守るという理念が欠如したままの水産物は、魅力が薄いと感じます</p>

し、そのような意味で「いしり」は安心・安全・資源循環・スローフード等食に求められるキーワードに合致している伝統的な食品です。今、販売チャンネルが増えて、水産物はチャンスだと思われま
す。このチャンスを的確に捉え成果を挙げて行きたいものです。

21. 山中商工会(YAMANAKAブランドの確立)

- ・4月16日 委員会開催 本年の事業予定について懇談。年間予定について大筋を決定
- ・5月25日 委員会開催 本年のアメリカとイギリスでの取り組みについて事業内容懇談
- ・7月18日 商工会総務委員会にて事業経過報告
- ・6月29日～7月1日 アメリカ国 アメリカ木地師協会 第21回 アメリカウッドターナー アソシエーション シンポジウムに参加。木地師実演と展示会を行う
- ・8月10日～12日 イギリス国 グレートブリテン木地師協会 第11回 インターナショナル ウッドターニング セミナーに参加。木地師実演と展示会を行う

・木工芸家のプロ(作家、ジャーナリスト)が集まる展示会・シンポジウムに参加を行った。一般消費者やバイヤー向けの展示会だけではなく、こういった専門家が集まるシンポジウムで我々の作品を紹介することは海外でのブランド力向上に強い働きかけがあることを実感した。海外専門家から評価されることは山中漆器ブランドの確立に対して大きな影響力があるように感じている。



22. 鯖江商工会議所 (めがねのメッカ福井県鯖江市[THE291(フクイ)]のブランド展開)

23. 京都商工会議所 (KYOTO PREMIUM)

24. 京都府商工会連合会 (丹後テキスタイル)

- ・ 6/19 第1回ブランディング(推進)委員会開催
- ・ 7/27 国内市場調査(大阪市内のヨーロッパブランド市場の視察会)
- ・ 8/13 第1回ワーキング委員会開催
- ・ 8/27 第2回ワーキング委員会開催

最終年の事業実施に当たり、事業開始前の5月に準備会議を開催し事業参画事業者の確定や方針等の作成を行い事業開始に備えた。

事業開始に当たっては、先ずブランディング委員会を開催して方針の正式決定をした。

その後、準備会議の際に本年度の出展品の傾向・テーマを確認するために実施を検討していた「国内でのヨーロッパブランドの動向を確認するための」国内市場調査を大阪市内で実施した。

その際の打ち合わせ内容をもとに各事業者が今後の商品開発方向を定めた。

具体的な事業展開をするために8月中に2回のワーキング委員会を開催し、今後のスケジュール等を確認した。

以上のとおり現状は順調に進行している。

25. 澁路市商工会（～Kosai Aroma～香りの文化を演出し「あわじ島の香司」ブランド確立）

・試作品開発 商品陳列用の横型ディスプレイケースを作成
香立2種類のパッケージ及び包装資材の作成

・展示会 サンフランシスコギフトフェア出展 7/28～8/1

今年度、新たな販路開拓としてアメリカ市場への出展。バイヤーが例年よりも少ないとの事だったが商談及びPRにも十分に効果はあった。今後も継続して出展する事とし、来年2月のニューヨーク展示会出展を目指す。

第64回東京国際ギフトショー(9/4～9/7 東京ビックサイト)

出展に際しての取引条件やレイアウト、役割分担等の詳細な打合せをする。

・広報

3ヶ国語のHPの更新やリーフレット及びチラシの作成についての協議をする。

テレビ、新聞等各種マスコミからの取材や研修会での講師依頼への対応について協議する。

今年度新たにアメリカへの事業展開を目指すにあたり、現地の代理店との交渉もまともな今後どの展示会に出展していくか引き続き協議していく。

国内においても東京ギフトショーに出展をして新たな取引先を見つけると共に「あわじ島の香司」のPRにも努る。8月中頃からマスコミからの取材依頼が増えてきた。少しずつではあるがPR効果が



出てきているのではないかと思います。

26. 松江商工会議所（NEW松江菓子海外市場開拓プロジェクト）

**27. 府中商工会議所
（FUTON—STYLEによる府中家具のブランド構築事業(ベッドルームのトータル化事業)）**

28. 熊野町商工会（「FU-DE」世界的ブームの創出・FU-DEで日本の四季の綾を世界に！）

第5回実施委員会 平成19年8月8日

化粧筆・JB筆セット商品企画:化粧筆セット商品構成について現物を用いプレゼン、JB筆ではセットとしての関連付属品も含め詳細説明、展示会出展:NYIGF1展示会におけるジェトロ募集出展ではJB補助の関連でブース代は高めとなり1ブースになる公算、独自出展での費用比較及び出展形式は正式公募開始次第、見積も含め迅速に検討、広報:現存を活用した海外テキスト版作成と簡単なパンフレット作成は、可決後推進。営業活動:ネット通販における推進の一部ネット企業掲載の進行状況報告、これまでの活動ほかデータを活用したDM、JAPAN EXPO 2007PRなど。市場調査:ターゲット(仮

想も含む。)の明確化、ヒアリング等の手法への課題・重要性など。海外版テキスト作成内容は、16年度にもかかわりのあった川原委員に指導を依頼することとした。

第6回実施委員会 平成19年8月27日

サポート企業の提案どおり、連携・サポート支援等を受け遂行する基本ラインを進行する。それを受けワーキングの進捗状況報告を行った。

展示会は、独自出展をやめNYIGFジェットロジャパンブースに決定、出展申込をすることに決定した。

市場調査については、期日は10月上旬から中旬にかけて専門家委員1名、事業者委員5名を目安で調整、調査行程・内容等に関してはサポート企業の検討を三宅委員に依頼した。セット商品企画については、9月中をめどに遂行する。広報については、海外版テキストは試作見本ではなくテキスト形式に、既存品を参考にした英語パンフレットも同じく9月末で検討していただくよう川原委員に要望がなされた。展示会出展については、専門家派遣で2名、事業者5名を目安とし、通訳も含めジェットロ展示会設置以外備品等はサポート企業に依頼する。営業活動については、ウェブ販売に尽力、市場調査部門ランチョンミーティング等も受けサポート企業と協調・積極的に展開することとした。

市場調査LA(10/8~10/14・15)実施予定。

29. 福岡商工会議所 (21世紀博多織 JAPAN ブランド)

30. 大川商工会議所 (大川家具ブランド確立(新ブランド開発)事業)


31. 鹿児島県商工会連合会 (薩摩が誇る美と技のコラボレーション)

- ・平成19年6月13日に第1回JAPANブランド育成支援事業実行委員会を開催。実行委員会の設置要項について説明後、実行委員長に上水流溜氏、副委員長に迫田昌氏に決定した。委員会では平成18年度の成果報告を説明後、平成19年度の事業計画について協議した。ターゲット市場については、海外では昨年同様フランス・パリにおいて一定の商取引の可能性が高くなったことで展示会を開催。また、オーストリア・ウィーンにおいては事業者同士の交流関係が出来つつあるので引続き商談を進めていく。また、国内においては、東京で展示・商談を進めていくことを決定した。また、ブランド確立の総仕上げとしての、販路開拓、新商品等の開発においてはワーキング会議を開催し進めていくことにした。
- ・平成19年7月6日に第1回ワーキング会議を開催。今年度については、海外はフランス・パリ、国内は東京で展示商談会を開催し、販路開拓を目指す。また(株)ふるさとサービスの本藤俊男氏に「大島紬の東京市場販路開拓について」講演をしてもらい、現在の大島紬は50代以上の人がターゲットになっているが、新商品開発においては20代~40代の人をターゲットにするよう指導された。
- ・7月12日に「売れる商品づくり」について THE COVER NIPOPON の総合プロデューサー 瀧勝巳氏を招き個別指導研修会を実施。特に大島紬に必要なものは、ロゴ・シルエット・ブランドである。大島紬もこの商品はどこのブランドですか?と聞かれるような商品にしないといけない。また、付加価値の高い商品の製作にあたっては YKK のファスナーを使用しない方がいい。また自分の店(THE COVER NIPOPON)で大島紬の商品を販売するとした場合、絶対ロゴ・ブランドネームは必要だと指導された。

- ・平成19年8月4日, THE COVER NIPOPN の総合プロデューサー 瀧勝巳氏を招き研修会を実施。ヨーロッパで高い評価をしてもらっても売れるわけではない。薩摩切子は最高峰のクライスタルガラス, 大島紬は服におけるペルシャ絨毯なのだから, 高いのは当然。その高い商品をどう買わせるか? それには事業者で統一したロゴが必要だと指導された。
 - ・8月7日, 第2回ワーキング会議を開催し, 今まで, 自社ブランドで十分だと考えていた大島紬事業者がやっと統一したブランドをつくることを承諾。瀧氏に一任しブランドネーム・ロゴを作成することにした。また, 各事業所100万円の負担をすることを決定した。
 - ・8月28日, 第3回ワーキング会議を開催。瀧氏よりブランドネーム「SOF」が提案され承認。Super oriental fabric の略で西洋と東洋の文化の終着地である東の果ての日本という国でつくられオリエンタルな織物。その中でも泥染めによる深く渋い色わいと, しなやかな肌理の細かさを誇る大島紬は「super」の名をつけるのにふさわしい。
という意味。
- ・JAPANブランド育成支援事業も3年目を迎え, 薩摩切子においては黒切子を開発し, ある程度の成果を出してきたが, 大島紬においては新商品を開発するがなかなか消費者に受け入れられていない。(販路に繋がってない。)そこで, 今年度については, まず消費者に受け入れられる商品をつくり, 販路を確保していきたい。
 - ・今までいろんな人にプロデュース(コンサル)をお願いしてきたが, なかなかうまくいかなかった。今回消費者に直接販売している人を商品開発のプロデューサーに迎えた為, 実際に商品を店頭に並べて売れるかどうか? 時下に消費者に意見が聞ける。(いくらいい商品でも売れなければブランドにはならない。)

平成19年度JAPANブランド採択プロジェクト月次報告 ブランド確立支援事業(2年目)案件:2007年5~8月分

番号	実施団体名/今月の事業実施状況/担当者のコメント
1.	札幌商工会議所(スイーツの街・札幌 ブランド発信事業)
2.	盛岡商工会議所 (南部鉄器フォ・ユーロ・ブランディング事業)
3.	泉佐野商工会議所 (泉州こだわりタオルブランドの構築)
4.	糸魚川商工会議所 (神戸ブランドMeets上海)
5.	<p>菟田野商工会 (UTANOブランドの創出~鹿革を活用した地域ブランド構築事業)</p> <p>8月3日午前・第2回化粧・エステサロン部会開催</p> <p>○昨年度の試作品を商品化し、参画委員としてこのプロジェクトに共に取り組んだ K 化粧品メーカーを通じて、本格的に販売に転じる模索を検討。販売に関する組織化と、規約の制定などについて話し合う。</p> <p>○一般消費者への販売、周知を図る手段として、最も効果的なものに TV ショッピングがあげられる。この取り組みを K 化粧品と交渉中だが、思うように捗らない状況にある。</p> <p>○専門家委員としても参画頂いている、プロエステティシャン業界の世界大会(CIDESCO)が、今年度マレーシアの「クアラルンプール」で10月に開催される。会場には相当な入場者があり、世界のエステティシャンの目から“鹿革”の評価を見てもらう良い機会となることで、本年度事業として海外出展を計画している。PR 資料の検討と合わせて協議する。</p> <p>8月3日午後・第1回服飾雑貨部会開催</p> <p>○委員長の選任と部会メンバー構成の確認。</p> <p>○昨年度のこの事業に取り組んだ経緯から、今年度の事業計画内容について石川委員長から説明。12月の東京ビッグサイトで開催される“JAPAN クリエーション”出展に向けた取り組みと試作品制作について協議する。</p> <p>8月29日午前・第3回化粧・エステサロン部会開催</p> <p>○前回製品販売組織の検討を行った“UTANO レザープロダクト”の規約、憲章制定の内容確認。</p> <p>○展示会出展(ビューティーワールドジャパンウエスト)＝インテックス大阪＝ 出展内容およびレイアウトについて、小間内装飾担当業者を加えて協議する。</p> <p>○商品品質基準の統一について・業者間の連携を保つことで一致。</p> <p>8月29日午後・第2回服飾雑貨部会開催</p> <p>○広報媒体の作成検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ●鹿革素材説明サンプル帳の作成・展示会などへ来て頂いた業者への説明資料として活用! ●アプローチブックの作成・商談時の活用ツールとして、素材特性、製造工程、統計・品質などのデータを掲載! ●リーフレットの印刷・一般来場者あてに配布するパンフレットで、事業概要、素材紹介などを掲載。

	○試作品アイテムの検討とコンセプト協議
	<p>昨年度一年間、この事業に取り組んだ経緯から、エステ部会では実質的には内容を継続したような形になったが、服飾雑貨部会での取り組みとしては、多彩な試作品づくりに取り組むことが提案された。“鹿革”を使ったいわゆるミセス層への訴求に加え、メンズアパレル向け「キャップ」、ホビー・マニア層を狙ったフィギア(人形)の取り組みでその道の専門家が担当する。これらの素材として“鹿皮”を活用しようとするもので、面白い発想を期待したい。</p>
6.	今治商工会議所 (Imabariタオルプロデュース ~「新Towelライフ」の出演~)
7.	中芸地区商工会 (「魚梁瀬杉」再生プロジェクト)
	<p>8/22 「Monacca」ワーキング会 馬路村役場 会議室 議題: メゾン・エ・オブジェ展示会について 生産体制について 外部診断について ユーザー感想について</p>  <p>8/23 「新商品開発」ワーキング会 高知大学農学部 小会議室</p>


平成19年度JAPANブランド採択プロジェクト月次報告 ブランド確立支援事業(1年目)案件:2007年5~8月分

番号	実施団体名/今月の事業実施状況/担当者のコメント
1.	宮城県商工会連合会(NARUKOブランドプロジェクト)
	<p>6月21日(木) 第1回 ブランド確立委員会を開催 今年度の当該事業に係る事業実施のポイントについて説明を行った。 出席委員より、今年度予定していた国内デザインスポットへの試作品出展について、予算規模が少額であることから、</p> <ul style="list-style-type: none"> i. 試作品製作に予算を重点的に配分する、 ii. 出展については極力支出を押さえ、無料の展示スペースがあればそうした場所を探し出展すること <p>以上の様に今年度の方向を再構築するということが意見としてなされた。</p> <p>7月19日(木) 第1回ワークショップを開催 今年度の当該事業に係る実施計画書及び平成20年度の事業スケジュールも含めた2ヶ年の事業スケジュールの説明を行い、特に8月の海外視察研修及び試作品作成の進め方について具体的に協議を行った。 併せて、桂委員長より今回の事業コンセプトを具現化したデザイン案について説明がなされ、概ねこのデザイン案を基にして、今後工人とともに試作品作成を行っていくこととした。</p> <p>このデザイン案を基にして、早急に試作品作成に取り組んでいただき、試行錯誤を重ね、良い製品を作っていただきたいと考えている。</p>
2.	梁川町商工会 (JKB ジャパンニットブランドプロジェクト)
3.	足利商工会議所 (“足利幕府”プロジェクト)
4.	糸魚川商工会議所 (日本唯一・糸魚川ヒスイブランド確立事業)
5.	甲府商工会議所 (ジュエリー産地山梨・産地ブランド「koo-fu」プロジェクト)
6.	静岡商工会議所 (静岡家具ブランド推進プロジェクト)
7.	豊橋商工会議所 (『三河つくだ煮』ブランディング事業—MIKAWA TSUKUDANI COLLECTION—)
8.	瀬戸商工会議所 (『瀬戸・究極のせとものプロジェクト』ブランド確立推進事業)

9.	蒲郡商工会議所（三河繊維製品のブランド確立プロジェクト）
10.	大野商工会議所・勝山商工会議所（『醗酵によるまちづくりを目指して』）
11.	鯖江商工会議所（本質的本格的な漆の伝統工芸品「REAL JAPAN ブランド」の展開）
12.	鳥取商工会連合会（INABA(因幡)ブランド新商品開発プロジェクト）
	<p>首都圏生活者ニーズ調査に基づき、日本の伝統様式である「仕切り」をテーマにして「INABAブランド」新商品デザインコンペ公募説明会を開催。</p> <p>デザインコンペに公募したデザイナー、一級建築士45名の89作品のなかから6アイテムの試作品を決定した。</p> <p>製品のシンプルさと上品さ、砂丘、風紋、波、雪をモチーフにした造形と色で鳥取県東部のイメージで統一させる。</p>
13.	内子町商工会・五十崎支所（Ja Gue Na(ジャゲナ)「和紙を使った生活空間の提案」）
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 6月12日 顧問会議 委員予定者、商工会長ほか及び内子町長等関係者により、事業推進について検討、決定 ・ 6月19日 プロジェクト実施委員会 委員長の選出、今年度の取組み(予定等)について協議・決定 ・ 6月27日 制作部会 試作品についての打合せ ・ 6月30日 制作部会作業 パリ持参物の制作・確認 ・ 7月 2日～7月8日 パリ視察（代理店候補選択・市内ショップ視察ほか） 代理店(候補)、展示会場(12月)の決定 何店か訪問し、和紙見本帖により反応をみたところ、雁皮紙・壇紙等、高級品に興味をもたれた。 ・ 7月16日 戦略委員会 パリ視察の報告、今後の工程の確認 ・ 7月22日 戦略委員会 パリ視察の報告、今後の工程の確認 ・ 7月30日 制作部会 商品開発の確認 ・ 8月 4日 制作部会 試作品について、デザイナーとの協議を行う。 <p>委員の方々が、昨年度以上に積極的に活動して下さり、今はパリでの展示会(12月)に向けて、試作品の開発等を重点に活動中。電球ひとつ取り寄せるにしても、たくさんの人の協力やご指導をいただきながら、急ピッチで進めている。</p> <p>また、上記以外にも、綿密な打合せや作業をしばしば行っている。</p>
14.	香美市商工会(土佐打刃物 JAPANブランドプロジェクト)
	<ul style="list-style-type: none"> ・イタリア刃物まつりの報告会 報告者:秋友 祥造 ・コンセプトマーケティング及び具体案

	<p>土佐打刃物＝こだわりの刃物というプレミアムブランドにすること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットイメージ 40代～50代の職と趣味にこだわりのある人・60代以上の旅行など地域ネタも大好きな人 ・企画の方向性 国内の文化やルーツにこだわりを持つ層をターゲットに土佐独自の素材とのアッセンブリした土佐打刃物の改良商品の開発
	<ul style="list-style-type: none"> ・ようやく具体的な案が出てきたので出来るだけ早く商品開発にとりかかりたい。 ・イタリアの刃物まつりでは既存の商品を紹介したが、こちらが思う商品に反応は少なかった。どちらかと言えば 色々海外向けに色々手を加えるよりも、より日本らしさを出した商品が受け入れられるのではないかと思った。
15.	大木町商工会（国産い草を使った花ござブランド創生プロジェクト）

平成19年度JAPANブランド採択プロジェクト月次報告 戦略策定支援(0年目)案件:2007年5~8月分

番号	実施団体名／今月の事業実施状況／担当者のコメント
1.	釜石商工会議所（海産物）
2.	鹿沼商工会議所（切削技術）
3.	みなかみ町商工会（木工加工）
	<p>戦略策定事業委員会で事業の概要、本年度事業実施について内容確認 プロジェクト委員会で「木のほぐし織り」技術について勉強会、JAPANブランド事業の事例研究、 事業の進め方について確認し、木製品についてのアイデアの募集を行っています。 目標を木のまちづくりとしてブランド化に向けて調査、研究を重ねている状況です。</p>  <p>本年度は、ブランド化へ向けて調査、研究を中心に委員会を開催しています。委員に対し事業の概要説明、木工技術製品に対する意見やアイデアを出してもらっている状況です。徐々にではありますが、委員から積極的な意見が出されるようになりました。今後更に委員会で意見交換を開催しながらブランド作りを進めて生きたいと思えます。</p>
4.	東京商工会議所（豚皮）
5.	新津商工会議所（花卉）
6.	静岡商工会議所（お茶）
7.	東伊豆町商工会（雛のつるし飾り）
	<p>8月24日(金) 実行委員会の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 事業概要・計画について (2) 委員(参画事業者)に係る事業について

課 題

市場調査に関しては概ね委員会(参画事業者)の了解を得ているが、地区を取りまとめた「JAPANブランド」として売る為に、統一規格を考えなければならない。現状の問題点としては、縫手の考え方が統一されていない為、セミナーを実施し、考え方等を統一させることができるか課題である。

成 果

今までバラバラだった「つるし飾り作成」について、各参画事業者でまとまるという事は無かったが、今回の委員会を機会に「外部に対してまとまる」という考えを持ったことは成果である。



8. 堺商工会議所（自転車・刃物等）

9. 紀州有田商工会議所（手袋・靴下）

10. 東広島商工会議所（日本酒）

11. 人吉商工会議所（焼酎）

12. 佐伯商工会議所(寿司)

13. 宮崎商工会議所（地鶏加工食品）

14. 宮古島商工会議所（繊維製品）

15. 北谷町商工会（琉球ガザミ蟹）

16. 伊江村商工会（シモン合鴨）

今月の事業実施状況

1. 基礎調査として、肥育素材に関する成分や商品動向を文献等で更に調査中。

2. 販売想定商品の考え方をまとめる為に、伊江村の観光事業でのブランド化の考え方等小委員会を開いて検討。
合鴨の加工商品の対象顧客や商品コンセプトを整理。また、島内観光施設における動員状況や、年間の売れ筋商品、販売額等の数値データを各団体や施設から提出して頂き、島内経済効果をまとめるところ。。
3. 合鴨肥育方法と管理体制及び出荷条件の整理中。

ブランド化するには、出荷条件や流通の条件を再確認し、肥育管理マニュアルとすることが必須の条件と考えています。また、有名ブランド合鴨との成分比較も行う必要があるので、生肉検査も今後の課題と考えています。

加工も含めた商品の企画は市場ポテンシャルを図るには必要なもので、やはりある程度想定しておかないと事業計画が甘くなってしまう恐れがあります。PR店でのお客様の反応も気になるところです。

次回はレシピや対象顧客、マーケットポテンシャル、肥育管理体系、出荷条件等のデータが集まるので、小委員会を開催して検討整理する予定です。

