


# 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11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.	<p><b>釜石商工会議所（海産物）</b></p> <p>＜今月の事業実施状況＞ 事業者部会を実施し、さきに実施した各種アンケートの概要の報告と今後の事業展開への意見交換を行った。</p> <p>＜担当者のコメント＞ 事業の方向性についてある程度の議論がなされたと思われる。</p>
2.	<p><b>鹿沼商工会議所（切削技術）</b></p> <p>＜今月の事業実施状況＞ 鹿沼地域の「硬脆材料精密微細切削加工技術」の海外展開可能性を探るため、今まで議論・準備してきたとおり、ドイツの微細加工関連企業訪問や医療機器展示会視察などを実施した。本技術視察には、ドイツ技術開発動向や技術移転に関する専門家(ドイツ人コーディネータ)、産学連携の共同研究者(東京電機大学松村教授)が同行して、詳細なヒアリングや技術の目利きを行った。</p> <p><b>1. ドイツ・ベルリン市内の微細加工関連企業訪問(2007.11.12)</b> 微細加工について、競合技術であるレーザー加工の先端企業2社を訪問、先端レーザー加工技術の現状を視察した。特に、鹿沼ものづくり技術研究会によるエンドミル切削加工のサンプル(マイクロチップ)に対して、ガラスを脆性損傷なく微細に切削できる類似の技術はベルリン近郊には見当たらないとの評価を得て、同研究会の微細切削加工が新しい技術の方向性であると確認できた。</p> <p>① Laser and Medical Technology 社 主業務:レーザー微細加工、顧客仕様に基づくレーザー応用技術開発、技術移転。</p> <p>② Laser Micro Technology 社 主業務:レーザー微細加工機の製造販売、レーザー微細加工の技術開発とサービス。</p> <p><b>2. 医療機器展示会(MEDICA)視察(2007.11.14 -11.16)</b> ドイツ・デュッセルドルフのメッセ会場にて開催された世界最大規模の医療機器見本市に、最新技術動向を視察してきた。2007年度は、医療、分析、福祉、スポーツ等のライフサイエンスに関連した企業約4,100社が出展して、約137,000名の参加者が訪れた。出展企業のうち日本企業は42社であり、一方で中国や韓国、台湾の出展は合計で643社である。医療機器分野にて日本企業の進出は、他のアジア工業国と比較して遅れている可能性が読み取れる。 本事業に関係して、例として次のような技術動向、医療機器・周辺部品、企業の取り組みについて視察してきた。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・基礎医学における検査の自動化と新しい検査方法の開発に伴う技術進開発動向</li> <li>・マイクロチップやマイクロ流体機器      ・マイクロチップを活用した検査機器</li> <li>・微細加工を必要とするインプラント部品      ・レーザー微細加工機器</li> <li>・IVAM(欧州を中心としたマイクロ技術を有する企業や研究機関の国際団体) など</li> </ul> </div> <p>特に、現状ではガラスを対象としたマイクロチップに対する取り組みは少なく、出展されていたものの大部分はプラスチックであった。しかし、ガラスを基盤とするマイクロデバイスの需要は、その特性からプラスチックの適用が困難な分野であり、それらの単価は高くなる。そのため、展示会場においても、安価な切削が可能である鹿沼ものづくり技術研究会の切削加工サンプル(マイクロチップ)を紹介したところ、やはり高い関心を集めることができた。欧州諸国では、現在、ガラスの切削加工はエッチングやレーザーで行われているのが大部分であり、鹿沼ものづくり技術研究会のエンドミル</p>



	<p>切削は意外な加工法として捉えられたと推測される。会場では、プラスチックのマイクロ検査基板を製造販売している企業からの積極的な技術交流を望む声もあった。</p>
<b>3. みなかみ町商工会（木工加工）</b>	
	<p>＜今月の事業実施状況＞  11月5日(月)  デザインについての研修会を実施しました。創造学園大学教授でデザイナーの大木紀元先生を招き「売れる商品開発と販促」と題し講習会を実施した。商品開発については、製品と商品の違いについて注意すること、マーケティングの重要性などについて研修した。</p> <p>11月14日(水)  ジャパンホームショー2007を視察調査した。木のほぐし織り製品が建材等に活用できるか？また販路等があるのか視察調査を実施した。</p> <p>11月26日(月)～27日(火)  京都視察を実施した。京都の伝統技術や伝統産業といったモノづくり現場の視察、市場調査を目的に視察してきた。</p> 
	<p>＜担当者のコメント＞  11月は講習や視察調査を中心に事業を展開した。委員各位が目的を持ち各事業に参加していただいた。今までの委員会や勉強会、視察等で出された意見を集約し、来年度以降に繋がるようとりまとめを今後していく予定。</p>
<b>4. 東京商工会議所（豚皮）</b>	
	<p>＜今月の事業実施状況＞  国内流通業調査が終了。  12月に、調査結果に基づき事業者と専門家との意見交換の場を設定することが決まった。</p>
<b>5. 新津商工会議所（花卉）</b>	
	<p>＜今月の事業実施状況＞  生産者向けアンケート調査を実施していたが、回収率が低かったため、調査対象事業者へ電話しアンケートの協力依頼をした。</p>
	<p>＜担当者のコメント＞  生産者の意識の違いを感じた。  生産額が減少しており、厳しい状況だということがわかった。より一層の情報発信・アピールが必要。</p>
<b>6. 静岡商工会議所（お茶）</b>	
	<p>＜今月の事業実施状況＞  ◆ヨーロッパ市場調査(11/12～20)  ハンブルグ(ドイツ)とミラノ(イタリア)を拠点に周辺都市の茶流通業者、茶店、独茶組合、伊茶文化協会会員事業所等を訪問し、ヨーロッパ市場における日本茶への意識や評価、流通事情やビジネスへの可能性や市場開拓を行っていくためのポイント等について調査した。</p>

	<p>◆EU農薬基準に関する調査〔残留農薬分析調査〕(9月中旬～12月)(随時実施)  参画事業者の関連茶生産業者の茶葉を中心に7検体の調査を実施。今後、勉強会に参加された業者等の中で可能性のある茶葉を調査する。</p> <p>&lt;今後の予定&gt;</p> <p>◆静岡市内山間地茶園の現状調査(12月～平成20年1月)  静岡市内の山間地茶園の規模や栽培方法、農薬使用状況等の現状を把握するために調査を実施する。これを当プロジェクトを推進していくために必要な茶園とのネットワークづくりに活かしていく。</p> <p>◆第2回委員会開催(12/4)  ・今年度事業の経過報告  ・ヨーロッパ市場調査の報告</p> <p>◆第3回委員会開催予定(平成20年1月下旬～2月上旬)  ・本年度の成果報告  ・次年度以降のブランド戦略アクションプランについて</p>
	<p>&lt;担当者のコメント&gt;</p> <p>・限られた事業期間のなか、参画事業者、コーディネーター等と事務局が密に連携を取りながら、今後の事業のスケジュール管理等をしっかりと行っていきたい。</p>
7.	<p><b>東伊豆町商工会（雛のつるし飾り）</b></p>
	<p>&lt;今月の事業実施状況&gt;</p> <p>11月20日 技能五輪会場でのヒアリングアンケート調査  技能五輪会場で、在日外国人に対して「つるし飾り」についてのヒアリングアンケート調査を実施した。</p>
	<p>&lt;担当者のコメント&gt;</p> <p>成 果  概ね評判が良く、購入希望者も多かった。</p> <p>課 題  購入希望金額が米ドルで平均50ドル。国内販売での最低金額で出ているため、輸送コスト等を考えると、付加価値の付けかた等検討しなければいけない。</p>
8.	<p><b>堺商工会議所（自転車・刃物等）</b></p>
	<p>&lt;今月の事業実施状況&gt;</p> <p>堺の伝統産業の世界ブランド化準備委員会の承認に基づき、調査委託業者と協議を行い、調査対象となる5箇所への調査方法、調査票について調整を行い12月から調査を実施することになった。</p>
	<p>&lt;担当者のコメント&gt;</p> <p>海外においては、「JAPAN=TOKYO」という意識が強いことから、冒頭から地方都市の認知度について調査すると、認知度がないとの回答が出された場合、それ以上の調査は困難となる。</p>
9.	<p><b>紀州有田商工会議所（手袋・靴下）</b></p>
	<p>&lt;今月の事業実施状況&gt;</p> <p>11月14日 第4回戦略策定委員会において、外部委託市場調査項目の検討を行う。  調査項目については原案通り承認を得た。但し、回答者の男女別年齢別記入を行う。また、原糸への添加物混入について久保田専門家委員に資料収集に依頼することを決定。11月13日 奈良県靴下工業協同組合等の視察報告を行う。また、10月31日退職した専務理事については委員より専門家委員へ(中小企業診断士)11月1日新たに専務理事に就任した者を事務局より委員に選任す</p>

	ることに決定した。
	<p>&lt;担当者のコメント&gt;  視察見学した奈良県靴下工業協同組合は組合員が製造した靴下を組合として購入して北京、ハルピン等の百貨店、スーパー13 店舗で販売している。最終目的は上海のデパート、スーパーで販売を行うとのこと。中国の富裕層をターゲットとし高級品で勝負している。正に、逆転の発想である。</p>
10.	<b>東広島商工会議所（日本酒）</b>
	<p>&lt;今月の事業実施状況&gt;  ・これまでの調査結果を踏まえて、西条酒ブランドの基本戦略とアクションプラン素案を作成した。  &lt;予定&gt;  ・12月3日 西条酒ブランド育成委員会(第3回)で、内容を協議する。  ・12月3日 西条酒ブランドセミナー開催 JETRO広島共催  テーマ「日本酒・日本料理を巡る米国市場の今」－米国におけるビジネスチャンス－  講師 フードジャーナリスト 片山 晶子 氏</p>
11.	<b>人吉商工会議所（焼酎）</b>
	<p>&lt;今月の事業実施状況&gt;  ◎11月13日(火) 第4回セミナー  ・講演「ケースから学ぶブランディングの智慧」神戸大学経営学研究科教授 石井淳蔵氏  ・ディスカッション「球磨焼酎ブランド化戦略について」  進行 (株)酒文化研究所 狩野卓也氏、球磨焼酎酒造組合青年部 高橋部長</p> <p>◎11月13日(火) プロジェクト実施委員会・幹事会  ・第4回セミナーについて議論。講演後に行ったディスカッションに関して、参加者の熱意が感じられて非常に  ・第5回セミナーは、1月10日前後に石井教授の講演とディスカッションを行うことに決定した。テーマは「球磨焼酎ブランド戦略策定」とすることとした。  ・市場調査に関し、中間報告とし意義深いものであったという意見があった。その内容を踏まえて、球磨焼酎酒造組合青年部で戦略案の取りまとめを行い、たたき台として次回第5回セミナーで発表することとなった。数値の説明が行われ、現状でも戦略策定の参考となるという意見も出される。調査結果の詳細については、次回のセミナー時に出席者へ説明することとなった。</p>
	<p>&lt;担当者のコメント&gt;  戦略策定の中心となる球磨焼酎の蔵元(28社)の動きも活発となってきており、予定通りに戦略立案が行われるものと思われる。</p>
12.	<b>佐伯商工会議所(寿司)</b>
	<p>&lt;今月の事業実施状況&gt;  11月9日～13日  第4回海外調査 対象都市:ドバイ  近年、中近東の貿易と金融のセンターとしての地位を確かなものに、次なるステップとして国際的な観光リゾート都市へ向けた大規模開発を進めているドバイを訪れた。ドバイには日本料理レストランがまだ約20軒程度しかなく、寿司専門店に至ってはホテル内に1軒あるのみであった。寿司の美味しい店ということで、現地駐在の日本人に聞いた代表的な寿司専門店や日本食材専門店を視察した。鮮度の高い食材の調達が比較的容易であるためか、寿司のレベルは想像したよりもずっと高いものであることに驚かされた。またJETROドバイ、日本総領事館を訪問し、ドバイで外資企業が事業を行う際の事業環境や注意すべき点についてヒアリングした。</p>
	<p>&lt;担当者のコメント&gt;  今後は、引き続き海外調査として、1月上旬にバンコク(タイ)等を予定している。</p>
13.	<b>宮崎商工会議所（地鶏加工食品）</b>

	<p>&lt;今月の事業実施状況&gt;  11月19日(月)に「第3回宮崎地鶏ブランド戦略策定ワーキンググループ会議」を宮崎商工会館にて開催し、ブランドの方向性と今後の事業内容について意見交換した。また、勉強会として、南九州大学の陳蘭庄准教授を招聘して中国の鶏市場動向と消費状況についてご教示頂いた。  12月に消費者調査と市情調査を実施する。</p>
	<p>&lt;担当者のコメント&gt;  今後、消費者調査と市場調査を実施し、その調査結果をブランド戦略の策定に反映させたいと考えている。</p>
14.	<b>宮古島商工会議所（繊維製品）</b>
	<p>&lt;今月の事業実施状況&gt;</p>
	<p>&lt;担当者のコメント&gt;</p>
15.	<b>北谷町商工会（琉球ガザミ蟹）</b>
	<p>&lt;今月の事業実施状況&gt;  ①11月6日(火)第6回JAPANブランド開発プロジェクト委員会  ○ブランドフォーラム&amp;パネルディスカッション運営について検討  テーマ「食と都市型観光のブランド戦略」～北谷はガザミで地域づくり～  ○地域資源紹介DVDの視聴  映像を8分30秒・・・解説の原稿確認(地域資源紹介内容コメント)  ○各パネラーの主張内容の確認と方向性(強調すべきコメントなど)  ②戦略策定(案)  ○次年度事業計画についての可能性を委員長より説明する  ☆地位資源プログラム(研究開発費)を活用して養殖の研究開発をする⇒脱皮の技術を確立⇒  ⇒平成21年度にJAPANブランド確立事業申請  ○ガザミ養殖施設設置計画について・・・12月より準備に取り組む。  ☆11月21日(水)パネルディスカッションの事前調整会議  コーディネーター・パネラーを囲み、リハーサル及び本番当日に向けての意見交換会を実施する。(主張内容の確認)  ☆11月27日(火)ブランドフォーラム&amp;パネルディスカッション運営について検討  テーマ「食と都市型観光のブランド戦略」～北谷はガザミで地域づくり～  参加者数:231名 試食調査アンケート結果:98%がとても美味しいとの結果  パネルディスカッションのまとめとして「養殖及び脱皮のメカニズムなど研究開発課題である」  「ブランドとしてどう付加価値をつけるか」  「最終的にはちやたんのまちをブランド化」「地域資源研究開発などを活用」など次年度に向けての具体的課題が見出せた。  尚、12月8日(土)地元紙『琉球新報朝刊』一面に掲載予定!  12月10日(月)NHK 沖縄より生出演の予定(詳細は12月報告書で)</p>
	<p>&lt;担当者のコメント&gt;  仮題⇒「ソフトシェルクラブ」の研究開発技術の確立</p>
16.	<b>伊江村商工会（シモン合鴨）</b>
	<p>&lt;今月の事業実施状況&gt;  1. 市場調査及び品質と出荷条件に関する確認作業を引き続き行った。  2. 商品の検討  3. PR 戦術  PR の戦術は、実際にレストランにてメニューを企画して貰い、料理雑誌とのタイアップ企画を検討。抽選で来店しているお客様へ試食して貰い、アンケートも実施。観光客へは島内レストランにて、開発されたメニューを紹介し、定番メニューの開発を兼ねる。</p>

#### 4. 総括

(1)生産管理面

(2)市場調査結果からの考察

(3)検査及び品質証明