


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:2008年2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）
	<p>＜今月の事業実施状況＞</p> <p>・2月8日(金)～2月15日(金) 「OTARU ガラスの精を探そう展」を小樽運河プラザ三番庫にて開催 この展示会では、ガラスとの相性が良い光を参加14工房の作品に当て、透過や反射、屈折など作品を通してテーブルに映しだされる様々な“ガラスの精”を楽しんでもらいながら、小樽のガラス工芸品の多様性や付加価値を高め、新たなブランド価値を見いだすことを目的に、NHK札幌放送局との共催により実施。照明演出は全国各地の美術館や公共施設などの照明を手がけている照明デザイナーの東海林弘靖氏が行った。 期間中、5,263人の来場があり、来場者からは、これまでにない展示方法が好評だったほか、実際に作品を手にとって光を当てられる体験コーナーを設置し、ガラスと光の幻想的な魅力を楽しんでもらった。また、展示作品の販売先に関する問い合わせも複数寄せられた。</p> <p>＜実行委員会・ワーキンググループ会議＞</p> <p>・2月26日(水)ワーキンググループ会議を開催 そごう心齋橋本店「小樽ガラスの世界」展アンケート調査結果、香港そごう「小樽ガラスの世界」展の開催結果およびアンケート調査結果、「OTARU ガラスの精を探そう展」の開催結果を報告。</p> <p>・2月27日(木)実行委員会を開催 そごう心齋橋本店「小樽ガラスの世界」展アンケート調査結果、香港そごう「小樽ガラスの世界」展の開催結果およびアンケート調査結果、「OTARU ガラスの精を探そう展」の開催結果を報告し、成果報告書の内容について協議した。</p> 
	<p>＜担当者のコメント＞</p> <p>今月でJAPANブランド育成支援事業としての3年間の事業が終了しました。このプロジェクトで支援をしていただいたおかげで、国内外への販路拡大につながる動きが生まれたほか、定量的な数字では表すことができない無形の成果が生まれました。一つは、ガラス工房同士のネットワークが生まれたことです。プロジェクト開始前までは工房同士の接点がほとんどありませんでしたが、共に協力しながら事業を進めるうちにネットワークが生まれ、お互いに情報交換ができるような状態となりました。これからも各ガラス工房の考えを尊重しながら、ガラス業界全体で盛り上げる取り組みがある際には全員で協力し合えるようなネットワークを維持し、発展させることができればと思っています。もう一つは、「小樽はガラスの町」であるという明確なメッセージを小樽市民の方々に伝えることができたことで</p>

	<p>す。小樽は“ガラスの町”と言われながらも、観光でのウエイトが大きく、どこか身近に感じられない小樽市民も多くいたことと思います。しかし、3年間の小樽での展示会開催や、JAPANブランドの取り組みが新聞・テレビなどで小樽のガラス工芸品が何度も紹介されたこと、市内イベントでもガラス工房が参画する企画が増えたことなどで、市民が小樽のガラス工芸品を目にする機会が多くなり、少しずつではありますが、ガラス工芸は小樽の大切な地域資源だという意識が生まれ始めたのではないかと考えております。</p> <p>一方、今後の課題も残されており、展示会でのアンケート調査で多くの方々から重要な点としてご指摘いただきました、小樽ガラスの条件の確立について、現段階では確立できておりません。また、ネットワークの維持や発展の方法についても、さらにガラス工房の皆さんとの話し合いが必要です。今後発生する課題も数多くあるのではないかと考えています。</p> <p>しかし、JAPANブランド事業での支援がなければこうした成果も課題もつけることが難しかったことを考えると、この3年間でガラス業界、小樽という地域が得たものは非常に大きいと感じていますし、これを活かして、小樽が「ガラスの町」として市内、国内外に認知してもらえるような取り組みができればと考えています。</p>
2.	<p>旭川商工会議所（旭川家具ブランド確立推進事業）</p>
	<p><今月の事業実施状況> 本事業の目標であったドイツケルンメッセ出展も1月に終了し、2月には実績報告書と決算書の作成をした。 今回ドイツに出展した作品は引き続きケルン市内にある「カンディハウスヨーロッパ」で展示をしているが、今月に入ってから、「BOKU」シリーズがウクライナより商談があり決定される見込みである。</p>
	<p><担当者のコメント> 本事業の採択により3年間ドイツのケルンメッセに出展をしてきたが、年々商談件数・決定金額とも増加をし、来場者数もメッセ全体が減少している中で、旭川家具ブースは大幅に増加し、来場者はドイツだけではなく、ヨーロッパ各地またロシア・アジアからも商談があり「旭川家具」の知名度は確実に上がりました。 ただ、収益面ではまだまだ採算ベースには追いつかず、今後は収益を確保できる体制づくりが課題であり、この課題を克服することで、本格的な「ブランド化」が実現できると思います。</p>
3.	<p>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）</p>
	<p><今月の事業実施状況> 1. 2月5日(水)～8日(金) 東京ギフトショー2008 春 JAPANブランド出展 2. 2月13日(水)16:00～21:00 メゾン・エ・オブジェ出展／東京ギフトショー2008 春出展報告 3. 2月16日(土)～23日 ミラノコレクション 2008～2009 秋冬コレクション アクセサリー出品 4. 2月20日(水)16:00～21:00 メゾン・エ・オブジェ出展／東京ギフトショー2008 春出展報告 5. 2月27日(水)16:00～21:00 3年目総括</p>
4.	<p>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>
	<p><今月の事業実施状況> 2月26日(火)午後3時より、むつ市「むつグリーンホテル」に於いて報告会(第3回プロジェクト実行委員会・第6回プロジェクト専門部会)を開催した。 報告会では、事務局で1年間の事業経過内容を報告すると共に、アドバイザー委員からは、それぞれの立場で販路・流通確立に向けたアドバイスを頂いた。</p>
	<p><担当者のコメント></p>

5.	山形商工会議所（山形発「カロツェリア型ものづくり」のブランド展開）
	<p><今月の事業実施状況> 2月21日に山形市内で、本年度事業の成果発表会を行った。特別指導員である奥山氏の基調講演、新製品のプレゼンテーション、メゾン・エ・オブジェ出展報告を写真や映像も交えて行い、企業、商工団体、行政関係者、教育関係者、マスコミ等200人が参加した。会場には開発製品を展示し、特に県内では初のお披露目となった。</p>
6.	会津若松商工会議所（BITOWA FROM AIZU）
	<p><今月の事業実施状況> 《BITOWA東京展示会》 日 時 平成19年2月19日(火)～23日(土) 11:00～19:00 場 所 GINZA GALLERY HOUSE (ギンザ ギャラリー ハウス) Web: www.gg-house.com 東京都中央区銀座2-5-2 TEL:03-3564-0100 対 象 小売・卸販売事業者・メディア デザイン関係・建設業・コーディネーター サービス業・一般 来場者数 ◇展示会 148名[(19日)41名 (20日)21名(21日)26名 (22日)25名(23日)35名]</p> <p>《BITOWA商品海外販売代理店へ輸出》 当JAPANブランド事業では、欧州全域を販売圏とするドイツの総販売代理店との契約締結により、海外販売向けBITOWA商品の第一便を3月6日ドイツミュンヘンへ輸出する。今回は地元の空港を最大限活用しようと福島県とのプロジェクトにより行う。 福島県でも福島空港と関西国際空港の連携の可能性を調査する。 当委員会では、従来の輸出コストと比較し、トータル的なコスト削減につながれば、「地産地消」として利用していく。</p> <p>【BITOWA商品輸出スケジュール】 3月6日:若松出荷 3月7日:通関 3月8日:福島空港発→関空経由 3月9日:フランクフルト空港着 3月10日:ドイツ通関 3月11日:ミュンヘン・販売代理店着</p>
7.	川口商工会議所（「Casting Innovation 新・川口鋳物の創造」）
	<p><今月の事業実施状況> ○ JAPAN ブランドプロジェクト委員会 第9回 日 時 2月26日(火)午後4時～午後7時15分 会 場 山 乃 出席者 15人 議 題 活動報告 最終製品について</p> <p>○ 小委員会 第13回 日 時 2月13日(水)午後1時～午後2時15分 会 場 商工会議所会議室</p>

出席者 9人

内容 メゾン・エ・オブジェ 2008 展示会展示結果について

○ 展示会

(1) 第65回東京ギフト・ショー

期 日 2月5日(火)～2月8日(金)於 東京ビッグサイト

来 場 者 延べ196,894人(主催者発表)

総小間数 4,150小間

出展者数 2,450社・団体

参加者 8人

(2) 彩の国さいたまビジネスアリーナ 2008

期 日 2月14日(木)～2月15日(金)於 さいたまスーパーアリーナ

来 場 者 延べ12,050人

総小間数 469小間

出展者数 387社・団体

参加者 5人

○ 記者会見

日 時 2月1日(金)午後2時～午後2時50分

会 場 商工会議所会議室

出 席 者 32人(新聞社、ケーブルネット埼玉他)

説明者 児玉委員長、伊藤副委員長、鈴木委員、石原委員、小倉委員

齋藤オブザーバー、出水そごう川口店長、佐藤オブザーバー

内 容 JAPAN ブランド育成支援事業成果及び「KAWAGUCHI i-mono」
シリーズ発売の概要について

○ パイロット販売

日 時 2月6日(水)～

会 場 川口そごう8階

<担当者のコメント>

2月となりましたが地元で販売ができ、また早々に品切れ(現在は在庫対応可能)となるほど好評をいただいております。本事業終了にあたり、各関係者の方々にご指導ご協力を賜わり厚くお礼申し上げます。

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)

<今月の事業実施状況>

1. 「アンビエンテ・メッセ・フランクフルト 2008」に出展

2008年2月8日(金)～2月12日(火)の会期でフランクフルト(ドイツ)で行われたアンビエンテ・メッセ・フランクフルト2008に出展。

・出展社数 4,590社 (2007年実績 4,604社)

・来場者数 139,245名 (2007年実績 146,679名)

展示ブースは昨年同様、ナイフ・庖丁などのキッチン用品が並ぶ Dining エリアに出展。ブース内への来訪者は毎日、100名を超え多くの来場者に好評を得た。今年の当ブースの特徴としては、出展者に「包丁」の2社が新たに参加、計10社の製品をアクリルケースで仕切られた展示台に展示。特に「包丁」はブースに来られるバイヤー等が大変関心を引く材料となり、かなりの件数の引き合いがあった。また、ブース内で包丁職人による「作切り」の実演も行い、日本から持ち込んだ「ステンレス材」にアルファベット、日本語の当て字で依頼主の名前をリズムよく刻む音が響くと、その音に引かれてブースの周辺は沢山の人がだかりが出来ていた。バイヤーの声として「プライスリストを送って欲しい」、「ドイツ国内で販売したい」、「代理店になりたい」、中には「当地でデザインの勉強をしたい」等の期待が多く寄せられた。会期中は参加企業のほとんどが展示会でのアテ

ンドに付き、引合い件数は約 200 件、商談成約金額は 200 万円弱と昨年の成約金額より下回ったものの内容のある商談が多く今後販売に結びつくと思われる。出展小間は他に比べると小粒ではあるが、あれだけ広い展示会場でありながら毎年「SANJO ● JAPAN」の三条ブースを目指して来場しているリピーターもいることも事実。課題を解決しながら今後も継続して出展すべきだと強く感じた。



て来場しているリピーターもいることも事実。課題を解決しながら今後も継続して出展すべきだと強く感じた。

<担当者のコメント>

「来年もまた・・・」と今後への期待の声が多く聞かれ、参加者からも継続を望まれたことは、グローバル・ブランドとしての「SANJO●JAPAN」が認知されてき成果と考える。

9. 燕商工会議所 (“enn”ブランド育成支援事業)

<今月の事業実施状況>

2月2日～5日、ニューヨーク国際ギフトフェア(メトロポリタン場ビリオン)に出展。ブースNo.9418。

2月5日～8日、インターナショナルギフトショー(東京ビックサイト)、JAPAN ブランドエキジビションに出展。

2月8日～12日、ドイツフランクフルト・アンビエンテ、9-2 F23(enn ブランド)、5-1B(sozo_comm.)に出展。

<担当者のコメント>

2つの国際見本市については、昨年より明らかに収穫があった。継続することでお客や主催者側の信用を得ることができる。ニューヨーク国際ギフトフェアでは、次回メイン会場での出展の打診。フランク・アンビエンテでは、昨年とまったく同じスタイルのパンフレットであったが、倍がなくなった。リピーターも多かった。

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)

<今月の事業実施状況>

H20年2月8日～12日

フランクフルト・メッセ・アンビエンテ「COOL J」及び「sozo_comm」に出展。


見本市WEB上にデータを公開。

※3月に検討委員会を実施。



<担当者のコメント>

ドイツ見本市への出展は3回目であるが、少しずつブランドが認知されていることを実感できた。見本市終了後、スイスから雑誌掲載の依頼や、商品の問い合わせもあったが、海外市場に対応するための KAMO としての体制づくりが必要である。当面は、スイス・イギリスのメーカーとの取引を具体化させるよう準備を進める。

11.	岡谷商工会議所（岡谷絹く 絹(あしぎぬ) >製品のブランド化事業)
	<p><今月の事業実施状況> 第2回岡谷絹ブランド推進協議会を2月28日(木)に開催した。1年間の事業経過報告、また3ヶ年にわたって実施してきたJAPANブランド育成支援事業の総括として各委員から意見、要望を聞いた。また、組合化については今後、数回準備会を開催し20年度の早いうちに説明会を行い設立を図っていくことで同意を得た。</p>
12.	飯田市鼎商工会(「飯田水引」アートのブランド確立)
	<p><今月の事業実施状況> ○2月1日(金)～11日(日)世田谷ものづくり学校展示会 9日(日)世田谷ものづくり学校でのワークショップ ○2月5日(火)～8日(金)JAPANブランドエキジビション in 東京インターナショナルギフトショー出展 ○2月10日(日)原宿「クルック」にてワークショップ ○2月5日 パンフレット完成(本年度の製作作品を中心に) 2月9日 世田谷ものづくり学校展示会場とワークショップの様様</p> 
	<p><担当者のコメント></p>
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)』)
	<p><今月の事業実施状況> 1月30日・31日に出展した TISSU PREMIER 展のフォローを代理店を通じ実施。展示会において引き合いのあった製品のスワッチ見本を送付。 また、同じくJAPANブランド育成支援事業において取り組みをおこなっている福田町商工会を訪問。産地間における連携交流を通じて新たな事業展開模索するための交流会を開催した。</p> <p>本年度、9月の展示会等において08/09秋冬向けに提案していた製品が、今回有名ブランドへの販売が成立した。 販売したテキスタイルは世界的有名ブランド「JIL SANDER」のコレクションとして08/09秋冬ミラノ・メンズコレクション向けに見本反を販売していたものが、このほど量販が決まった。</p>
	<p><担当者のコメント> 今回、「JIL SANDER」向けに販売したテキスタイルは、大手合繊メーカーから独占的に提供された糸を使い当産地の得意とする特殊な加工を加えたもので、いわば“他に真似できないテキスタイル”を基に製品化されたもので本プロジェクトによる提案の一つの成果といえる。 今回の同ブランドのミラノコレクションは大理石をテーマに発表し注目され、多くのファッション紙等のマスコミで取り上げられ、同時に Fuji Façonné のテキスタイルによるアパレル製品が披露された。 同ブランドには08/09秋冬メンズコレクション(レディース)向けにも見本反を出しており、量販が期待される。</p>
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—)
	<p><今月の事業実施状況></p>

	<担当者のコメント>
15.	一宮商工会議所（JB(ジョイント・尾州)ブランド構築事業)
	<今月の事業実施状況> 素材開発しました2009SSJBテキスタイルコレクション11社112点を、パリ、ミラノの顧客を中心に提案活動をいたしました。 また、2/25 デザイナー提携しておりますシャロン・ワーコブ氏のファッションショーが、パリにて行われました。
	<担当者のコメント> 現在、多くのお客様から多数のサンプルオーダーをいただいております。順次、迅速に対応しております。今後、日本のお客様に対しましても、こうした欧州での評価を踏まえ、ご提案をすすめてまいります。
16.	有松商工会（創造と進化～有松鳴海絞りブランド）
	<今月の事業実施状況>
	<担当者のコメント>
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）
	<今月の事業実施状況>
	<担当者のコメント>
18.	紀北町商工会(JAPANブランド ザ・たべきり)
	<今月の事業実施状況> ■商品開発 加熱調理済み食品『そのまんまレンジ』シリーズ食品の開発 ■専門家招聘 参画事業所加工場へ専門家を招聘し、開発した製品の製造工程及び試食による食味等の検証を実施する。 平成20年2月1日(金)～2月2日(土) 講師・庄司 仁 氏(商品開発)、嶋田 潤治 氏(商品開発)
	<担当者のコメント> 今回の加熱調理済み開発食品8品全て満足のいく製品に出来あがった。そのうち4品においては、参画事業が直ぐにでも商品化したい意向を示された。それだけ期待できる商品であると実感する。
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）
	<今月の事業実施状況> 2月 初旬 今年度までの試作品の商品カタログの作成 輪島塗の英文パンフレット完成。 2月 15日 実行委員会を開催し、JAPAN ブランド事業で作成した試作品の販売価格を見直し決定した。 2月 18日 「ワジママルチサンプルプロジェクト」のホームページの完成。 2月 26日 11月に開催した実行委員会において作成することとなっていた試作品7種類が完成

20.	能登町商工会(『能登の醸し』ブランド発信事業)
	<p><今月の事業実施状況></p> <p>能登の伝統的食文化をPRするため「いしり」の情報発信を世界の中心地である米国・ニューヨークにておいて行ってきました。</p> <p>昨年3月(平成 18 年度JB事業)に同じくニューヨークにおいて、当地で正しい日本食文化の普及に努める五絆ソサエティ(川野作織代表)と協力し、ニューヨークで活躍するシェフ等を対象に「いしりディナー」(Matsuri レストラン)を開催し好評を博しました。今年度はニューヨークでの「いしり」PRの第二弾と位置づけ、前回同様五絆ソサエティの協力を得てニューヨーク市内にある今が旬で、かつニューヨーカーに非常に人気のあるレストランを5箇所訪ね、「いしり」に関する意見交換等のマーケティング調査を実施しました。</p> <p>また、石川県が現地2月22日(金)開催した石川県食文化PR事業の一環である「能登の食材と地酒の提案会」(酒蔵)において「いしり」による料理の提供があることから参加させていただき、レストランオーナーやシェフ、地元メディア関係者ら約60人に対し、「いしり」の説明及び普及活動を実施してきました。「いしり鍋」を召し上がった人気レストランオーナーは「インパクトのある味と香りを求めている。これを私のレストランで試してみたい。」とお話され醤油とは異なる「いしり」の独特の風味に感嘆の声をあげてくださり高い評価を得ることができました。</p>
	<p><担当者のコメント></p> <p>現在米国は和食ブームに沸いてはいますが、日本人以外による日本料理店が急増し、中国や韓国の料理と見分けの付かない日本料理が増えています。その反面富裕層を中心に本物の日本料理を求める需要が高まっているのも事実であり、ニューヨークにはない味である「いしり」を通じて能登半島を、そして石川県の海外における知名度を高め海外富裕層の誘客にもつなげたいものです。</p> <p>参加いただいたレストランオーナー、シェフ等には能登や石川県の食文化等をニューヨークから世界に発信するサポーターになっていただきたいと支援を要請しました。</p>
21.	山中商工会(YAMANAKAブランドの確立)
	<p><今月の事業実施状況></p> <p>2月15日 海外向室内装飾用漆パネルについて関連企業と打合せ</p> <p>3月10日～ 北國新聞 山中漆器 ジャパンブランド 特集記事連載開始 (3月28日現在継続中)</p> <p>3月28日 北陸中日新聞 ジャパンブランド事業参加者 山崎氏取材記事掲載</p> <p>3月28日 日経新聞取材</p>
	<p><担当者のコメント></p>
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)
	<p><今月の事業実施状況></p> <p>2/5～8 JAPAN ブランドエキジビジョン in ギフトショーに出展</p> <p>2/13～15 WOF(ワールドオピチカルフェア)出展</p> <p>2/19～20 EOF(エクセレントオピチカルフェア)出展</p> <p>2/22～25 上海展出展</p> <p>上記の各展示会に出展。PR,商談を行った。</p> <p>2/29 日本総合研究所 陣内氏がヒアリングに竹内光学工業を訪問。長井委員長、竹内・中村副委員長、坂野専務と事務局が出席した。</p>
	<p><担当者のコメント></p> <p>ギフトショーは一般消費者にPRでき有意義だった。WOFは事務局は不参加。EOFは十数本の注文を受けた。</p> <p>上海は報告が上がってないので分からない。</p> <p>29日のヒアリングでは、委員それぞれの思いが聴けて何処がずれているのか良く分かった。結局、メーカーは売ることが先決で、そのための支援だろう。やらない人に成功事例だけ述べられたってで</p>

きる訳ないという。長い目で見てブランド戦略がもっと大きな売上げに繋がるということが理解できなかったということだと思う。陣内氏のアドバイスでは、デザイン(ものづくり)と販路を両方持っているコーディネーターに来てもらうべきだということだった。

23. 京都商工会議所 (KYOTO PREMIUM)

<今月の事業実施状況>

2/15 国内凱旋展示発表会 in Tokyo

(於:代官山ヒルサイドテラス)

※前夜にレセプションを開催

2/19~24 国内凱旋展示発表会 in Kyoto

(於:京都デザインハウス)

2/29 第3回プロジェクト委員会・第7回ワーキング委員会

・ 事業総括および今後の事業展開について討議した。

・



<担当者のコメント>

海外からの引き合いや商談が進展するにつれて、受注、流通、決済、アフターフォロー等の海外ビジネスにおける体制・スキルの不備が現実的な課題として顕在化してきている。

24. 京都府商工会連合会 (丹後テキスタイル)

<今月の事業実施状況>

<担当者のコメント>

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

<今月の事業実施状況>

◎Kosai Aroma 委員会

2月20日(水) ニューヨーク国際ギフトフェア出展後の事業報告及び出展費用の確認の他に今年度事業全体の最終予算管理について協議する。また今年度の最終事業報告会についての日程も決定した。

◎展 示 会

1. ニューヨーク国際ギフトフェア 2月2日(土)~2月5日(火)

この展示会は企業の登竜門というだけの事もあり、バイヤーも探している商品に対してはそれなりの知識があり、質問の内容も奥深いものが多い。特にインセンスの材料についての質問が多かった。バイヤーによると、最近のフレグランスのトレンドは、『ナチュラル』がテーマであり利用者がナチュラルな材料で作られたインセンスを好むとの事である。また出展期間中に直接小売店を中心としたバイヤーへの個別訪問による調査を実施した。

2. 「JAPAN BRAND エキジビション in ギフト・ショー」2月5日(火)~2月8日(金)

「第65回東京国際ギフト・ショー春2008」会場内

「あわじ島の香司」をJAPANブランドのコンセプトである「地域の企業ならではの価値(匠の

	品質・用の美・地域の志)の進化としての「新しい伝統の創造」を展示商談会において国内外の流通事業者にも商材としてのアピールを行った。
	<p><担当者のコメント></p> <p>NY 展示会を終えて日本製のお香についてよく聞いた意見は、『香りが優しく奥が深い。』、『落ち着きがあり、香りにバラつきがない。』、『安全で、安心して販売できる。』、『目が痛くなく、頭痛などがしない。』など、良い印象が多かった。実際に禅センター、ヨガ教室、マッサージスパ、エステなどでは日本製のお香を使用しおり販売もしている所が増えている。今後品質の良い日本製のお香の需要は大いに期待できると思われる。</p>
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)
	<p><今月の事業実施状況></p> <p>(1)2月 5日(火) 実行委員会 今後のNY事業の方向性について協議を行った。</p> <p>(2)2月 16日(土) 実行委員会 今後のNY事業について、商社を招いて協議を行った。</p> <p>(3)2月 26日(火) 実行委員会 前回委員会において商社より提案のあったNY出店要請について、協議を行った。</p>
	<p><担当者のコメント></p> <p>今月は、来年度事業の方向性を念頭においた協議を重ねた。</p>
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))
	<p><今月の事業実施状況></p> <p>1. ラスベガスマーケット展示会出展帰国 記者発表会 とき 平成20年2月6日(水)午前10時～ ところ 府中商工会議所 参加者 JAPANブランド推進委員会ワーキング委員長 川本 一徳 松岡家具製造株式会社 代表取締役副社長 守次 拓 株式会社松創 代表取締役社長 松岡 佳二 府中商工会議所 専務理事 安藤 靖彦 報道機関 9社 内 容 ○出展内容の報告を3社より行う。</p> <p>2. 第3回JAPANブランド推進委員会並びに第8回ワーキンググループ会議 とき 平成20年2月19日(火)午後2時～ ところ 府中商工会議所 内 容 ○ラスベガスマーケット展示会の報告について 参画企業より、それぞれ状況報告をする。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 東部(NY)からの来場者が少なかった。 ・ NYのデザイナーとコラボした商品開発を進めるようになった。 ・ 商社の方が来場され、今後の展開について、後日、日本で打合せをするようになった。 ○3年間の事業報告と今後の方向性について <ul style="list-style-type: none"> ・ ベッドルーム家具がアメリカ市場で評価を得て、販売実績を上げることができた。 ・ 今後は代理店の開拓など継続的な取引を実現し、商工会議所として引き続き支援を行う。 ・ 来年度新たにできるJAPANブランド育成支援事業(4年目)の補助金に申請を行 </p>

	ことになった。
	<p><担当者のコメント></p> <p>・展示会では、来年度につながるバイヤーや商社と商談ができた。今後は、販路を拡大できる基礎となる仕組みを構築していく。</p>
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！）
	<今月の事業実施状況>
	<担当者のコメント>
29.	福岡商工会議所（21世紀博多織 JAPAN ブランド）
	<p><今月の事業実施状況></p> <p>2～10日東京ドームで開催のテーブルウェアフェスティバルにバーバラ寺岡氏とのコラボ商品を出品。5～8日開催の東京インターナショナル・ギフトショーにもブース出展した。</p> <p>地元では、13日西鉄グランドホテルで成果発表のため記者会見を開催した。一般公募モデルが、150名を超える報道陣と一般来場者に約半分のドレスを着用して披露した。その後も3月末までの取材・出演依頼が相次いでおり、地元では博多織が大きな話題となっている。また間を空けずに25日発売のゼクシィにも6ページの特集が掲載された。</p> <p>22日には、第2回推進委員会・第4回幹事会を開催し、事業成果を報告した。参加事業者・西村織物が地域資源活用プログラムの計画認定を受け来年度以降も引き続きブランド化事業に取り組むこと、鴛海織物のHAKATA JAPANも6月には認定申請を行う予定であることが報告された。</p> <p>28日中小企業庁の委託により日本総研の金子氏が3年目事業ヒアリングのために来所された。</p>
	<p><担当者のコメント></p> <p>今回はドレス等の制作過程での情報発信を控え、最後に一気にリリースして発表のインパクトを大きくしようとしたが、期待通りの展開となった。</p> <p>また、福岡県の単独事業を受託して博多織新商品開発支援事業「HAKATA TEX」も平行して推進していたが、同プロジェクトが博多織による西鉄グランドホテルのエンパイヤスイートルームの全面改装を行ったことと記者発表のタイミング・会場を合わせた相乗効果で、大きな反響を呼ぶことにつながった。</p>
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）
	<p><今月の事業実施状況></p> <p>2月5日～8日 JAPANブランドエキジビションinギフトショーへの出展を行う。</p> <p>会期中に96件の資料請求依頼を受ける。</p> <p>2月12日 事業所会議の開催（ケルン展示会反省会）。</p> <p>2月18日 ワーキンググループ会議の開催。</p> <p>・海外展示会報告や今年度事業報告書の草案について、及び次年度についての協議を行う。</p> <p>ワーキング会議終了後、事業所会議を開催し、次年度の事業についての検討を行う。</p> <p>2月20日 事業報告書の原稿提出を受け、印刷を行う。また、海外展示会報告書の作成を行う。</p> <p>2月28日 事業報告書の納品。</p>
	<p><担当者のコメント></p> <p>JAPANブランドエキジビションinギフトショーへの出展では、他のJAPANブランド事業の商品を見たり、情報交換をすることができ有意義でした。</p> <p>2月の会議では海外展示会出展の成果報告を受けて、報告書の作成や次年度の事業展開について協議を行う。</p> <p>海外展示会の成果として、商談の状況や経過が発表され、まだ商談中ではあるがかなりの成約が見込まれる旨の発表がされた。今回の好評の要因として、前年の反省に立った商品の構成や事業者と</p>

	<p>商社との事前打合せの充実、また、商社による海外バイヤーへの周知の徹底と、会場内での積極的な対応が挙げられる。</p> <p>今年度の JAPAN ブランド事業は2月末で完了するが、海外展示会の成果が見込まれることによつて、事業所の意識の高まりが感じられ、本事業への継続姿勢がより積極的になってきた。</p>
31.	<p>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）</p>
	<p><今月の事業実施状況></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 平成20年2月5日～8日まで東京ビッグサイトで開催された東京インターナショナルギフトショーに大島紬8点、薩摩切子11点を出展、特に薩摩黒切子に関しては取引希望・雑誌の掲載が数多く寄せられた。しかし取引に関しては生産がなかなか追いつかず新規販売先は増やすことはできないが、雑誌の掲載については婦人画報等数社に掲載されることになった。 ・ 平成20年2月27日、第3回実行委員会開催し、1月25日からパリで開催されたメゾン・エ・オブジェ並びに2月5日～8日まで東京ビッグサイトで開催された東京インターナショナルギフトショー一件について説明し黒切子に関してはブランド力の高い商品として評価を得ていると報告した。
	<p><担当者のコメント></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ これまで「モノを作ったが売れない」とどのようにしたら流通できるのか？業者の方々は頭で考えていた。首都圏で商品が認知されるか迷うだけがあった。しかしながらこの事業を実施することで、地域の特産品を都市住民が求めていることが肌で感じられ、素材や技術は高く評価されることを感じ取った。こうしたことは、今後の展開に極めて有意義であり、こらからアクションを起こせば何らかの反応があるとの確信のもと今後積極的な取組みにつながると考えられる。 <p>JAPANブランド事業で切子においては「薩摩黒切子」と言うブランド力の高い商品を生み地域の雇用にもつながった。また大島紬においては直接小売店と取引をするという成果をもたらしたところであるが、これで事業が終わりではなくスタートとの意識で今後の取組みを進めていくことが求められている。</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(2年目)案件:2008年2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)
	<p><今月の事業実施状況></p> <p>○「さっぽろ雪まつり」におけるさっぽろスイーツPR事業 期 間:2月5日(火)~2月11日(月・祝) 会 場:6丁目会場 来 場 者:1,079,000人 展示内容:「さっぽろスイーツ」のPR 会場を訪れる市民や国内外からの観光客を対象に、スイーツ王国さっぽろ推進協議会のグランプリスイーツや、札幌市内のスイーツショップの紹介、おみやげ等の紹介などを行いました。ブース内にはパネル展示、イメージDVDの放映などによりさっぽろスイーツのイメージを表現し、スタッフによるパンフレット配布等で、具体的な店舗、商品などを紹介しました。</p>
	<p><担当者のコメント></p> <p>来場者のさっぽろスイーツに対する関心は大変高く、スイーツコンペの情報のPRや、会場近くの店舗の紹介等、息つく間もないくらいの質問の嵐だった。 今年は昨年と違い日本語だけの対応だった為、多数来場した中国、台湾方面からのお客様への案内が充分行えず、今更ながらに多言語対応の必要性を痛感した。</p>
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)
	<p><今月の事業実施状況></p> <p>○タウノ氏から示された検証結果、改良点、デザインの修正等に基づき、岩手県工業技術センターで試作担当工房に渡す図面の作成等を行なった。 ○改良点を反映させた本年度試作品について、それぞれの工房で試作品を製作した。 ○パッケージデザインの基本デザインを受領した。 ○タウノ氏から示された新製品共通のシンボルマーク素案を岩手県工業技術センターで数種類図案化し、タウノ氏のもとへ送って助言を求め、回答を得た。</p>
	<p><担当者のコメント></p> <p>今後、3年目の事業として、出展する海外の見本市等の検討、ヨーロッパでの発表・商談会の開催など、販路開拓に向けた取組みの準備作業に着手する。</p>
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)
	<p><今月の事業実施状況></p> <p>JAPANブランド育成支援事業「第3回実行委員会」 2月29日 泉佐野商工会議所 役員室に於いて第3回実行委員会を開催。 今年度実施した内容報告の上、森専門家委員より事業全体の成果について報告を頂き、また、金野委員より、ニューヨークのギフトショー視察の報告をいただいた。泉州タオル業界団体 重里大阪タオル工業組合理事長より、今期一定の成果をえられ、来年度、更にステップアップを図るためのJAPANブランド事業実施への意見が述べられた。同委員会として、来年度も事業実施計画を推進することとした。</p> <p>JAPANブランド販路開拓報告会 北専門家委員 2月29日 北専門家委員により平成19年度、泉州タオル業界への指導と調査の結果について、報告会を実施した。</p>

泉州タオル業界は、非常に零細企業であり、個々企業独自の販路開拓とともに、グループ化などを視野にした、「webショップ」のあり方について研究報告された。

JAPANブランド「泉州こだわりタオル展」丸ビル
2月6日～7日 東京の中心である、千代田区「丸の内ビル
1F マルキューブ」において、展示会を開催。

オープニングには、泉州タオルの地元 新田谷泉佐野市長、
松浪文部科学副大臣、長安衆議院議員や経済産業省、
大阪府、日本商工会議所もご参加を頂きセレモニーを実施し、
また、COTTON USAとのコラボイベントにより、
タレントの三船美佳氏も来場した。

会場では、泉州こだわりタオルの特徴を打出した展示と
アンケート調査を実施し、両日で約1,000通を回収した。
来場総数約3,000名

JAPANブランド「泉州こだわりタオル展」泉佐野技術センター

2月21日～22日 泉州タオルの地元地域へのアピールのため 泉佐野技術センターにおいて、展
示会を開催。

PR広報

泉佐野技術センターの展示会に併せ、「泉州タオルポスター」「泉州タオルラベル」を掲示し、地域ブ
ランドとして、地元発信の一斉PRを実施した。



<担当者のコメント>

東京・丸の内では、予想を上回る来場者、アンケートで盛況であった。

日本の流通の中心地で、「泉州タオル/泉州こだわりタオル」をアピールできたことは非常に成果が
あった。

逆に、「泉州」がまだあまり知られていないのが実感であり、地域活性化のためにも、来年度も実施
し地域を広めたい。

4. 神戸商工会議所（神戸ブランドMeets上海）

<今月の事業実施状況>


◆第2回「神戸ブランド Meets 上海」プロジェクト運営委員会

委員は、(財)神戸ファッション協会、日本ケミカルシューズ工業組合、行政機関などから選出して
いる。舞台の本番当日から本事業の終了期限までの日数が少なく、委員全員の日程を調整するこ
とが困難だったため、事務局が各委員を訪問し、持ち回り形式で事業報告を行った。

日 時:平成 20 年 2 月 21 日(木)～2 月 29 日(金)の期間

場 所:各委員の事務所

内 容:(1)「神戸ブランド Meets 上海プロジェクト」実施結果について
(2)意見交換
(3)その他

	<p><担当者のコメント> 本事業を通して神戸ブランドの認知度は高まっており、現在、アンテナショップ開設を目指して現地百貨店関係者と協議を進めている。販売体制や在庫管理などの日中のビジネススタイルの違いや各種法的手続などの課題を検討し、実現できるようにしたい。</p>
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><今月の事業実施状況></p>
	<p><担当者のコメント></p>
6.	<p>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～）</p>
	<p><今月の事業実施状況></p>
	<p><担当者のコメント></p>
7.	<p>中芸地区商工会（「魚梁瀬杉」再生プロジェクト）</p>
	<p><今月の事業実施状況> 平成20年2月5日～2月8日 JAPAN ブランド エキジビション in ギフトショー</p> <p>平成20年2月26日 委員会の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 「Monacca」ワーキンググループの報告 ② 「新商品開発」ワーキンググループの報告 ③ 収支決算について 
	<p><担当者のコメント></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:2008年2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>宮城県商工会連合会(NARUKOブランドプロジェクト)</p> <p><今月の事業実施状況></p> <p><担当者のコメント></p>
2.	<p>梁川町商工会 (JKB ジャパンニットブランドプロジェクト)</p> <p><今月の事業実施状況></p> <p><担当者のコメント></p>
3.	<p>足利商工会議所 (“足利幕府”プロジェクト)</p> <p><今月の事業実施状況></p> <p>○2月14日(木)「大茶会」プロジェクト実行委員会開催。2月23日、24日に開催される1年間の成果発表会(展示会)の内容を説明。内容は、添付のチラシ参照。</p> <p>○2月23日と24日の2日間、友愛会館において、地場産業の繊維やアルミを使った自由な発想の製品を紹介する「足利幕府・大茶会」が開催され、福田栃木県知事、吉谷市長ら約1700人が来場し、大変な賑わいをみせた。</p> <p>この「大茶会」は、足利商工会議所の本年度事業である「JAPANブランド」として商品開発に取り組んできた市内の繊維関連企業とアルミ関連企業が自由奔放な風情を持つ「婆娑羅(ばさら)」文化をイメージした斬新な製品を披露するためにひらかれたイベント。</p> <p>特に注目を集めたのは、アルミで造られた茶道具の数々。水指や茶碗をはじめ棗や茶勺までアルミでできている。茶道とアルミの組み合わせには誰もが意表を衝かれる思いだが、そこには匠の手ざりで施された見事なまでの細工が見られた。</p> <p>一方、繊維のコーナーは淡い藤色の花が咲いたようで、足利フラワーパーク「藤」の花を使い、草染にしたもので、シルクのショール、ゴブラン織りの帯やバッグなどが華やかに展示されていた。</p> <p>会場では足利のイメージアップに活躍する「おり姫ファッション大使」が、着物や帯、巻きスカートなどの試作品を着用。また一世を風靡した足利銘仙の展示コーナーもあり、そのパターンを使った現代的なレプリカも紹介された。</p> <p>そしてさらに話題を集めたのが、アルミ製のランチョンマットと箸置き、行灯。国際ファッションデザイナーのコシノジュンコさんのデザインで市内のメーカーが製作、ワシントンで開かれた日本をPRするイベント「ジャパンフェスティバル」のディナーパーティーで使用されたという。</p> <p>本フェスティバルは、日本の古代からの伝統に現代感覚と技術革新が組み合わせられて生まれた新しいカルチャー(ハイパーカルチャー)を紹介するもの。</p> <p>また、24日には、「小堀遠州の茶の湯」をテーマとした茶の湯講演会が、国立民族学博物館名誉教授の熊倉功夫先生を講師に向かえ約150の方が真剣にメモを取りながら聞き入っていた。</p>
4.	<p>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)</p> <p><今月の事業実施状況></p> <p>2/13 14:00~17:00 会議所役員室</p> <p>第16回委員会開催</p> <p>出席 委員 早津邦彦 永江善昭 土田孝雄 陶山麻美 業者委員 龍見雄記 伊藤加奈子 岩崎笑美子 協力業者 中村幸子 豊島泰彦 山岸清司 野本宏一 佐藤秀雄</p>

事務局 山田和夫 伊藤一久 山岸清末 吉倉正紀
講師 (有)ともえ産業情報 辻井啓介 野沢夏子

- ・糸魚川ヒスイに関するヨーロッパ市場可能性調査について
講師 (有)ともえ産業情報 辻井啓介氏
欧米でのヒスイの歴史 伝承 イメージ 欧米での産地
ヨーロッパでの宝石アクセサリーの嗜好性
糸魚川翡翠のヨーロッパでの可能性
その他
- ・平成 20 年度の糸魚川翡翠ブランド化事業の計画
地元 国内 海外(中国)で展示会参加
PR イベント開催 協力
デザイン改良 試作品の製作

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)

<今月の事業実施状況>

第 10 回ディレクション会議の開催

- 1.日時 平成 20 年 2 月 28 日(木)午後 3 時半～
- 2.場所 アピオ本館3階クリスタル
- 3.内容 「Koo-fu プロジェクト」について

KooFu コレクション 2008 発表会

プレス向け

- 1.日 時 平成 20 年 2 月 25 日(月)午前 11 時～午後 5 時
- 2.場 所 レストラン セラン 東京都港区北青山 2-1-19
- 3.内 容 15 名のデザイナーと 4 名の技術者がワークショップで製作を手がけてきた「KooFu コレクション 2008」のプレス向け発表会を開催した。

サポーター向け

- 1.日 時 平成 20 年 2 月 28 日(木)午後 1 時～午後 5 時
- 2.場 所 アピオ甲府 2 階 栄の間
- 3.内 容 本プロジェクトの業界向けの発表会を開催した。

KooFu コレクション 2008

h <http://www.koo-fu.com/collection08/index.html>

6. 静岡商工会議所 (静岡家具ブランド推進プロジェクト)

<今月の事業実施状況>

◆第7回ワーキング委員会(2月12日開催)

・開発デザインコンセプトの提示

新たに照明器具、イス、テーブル等 10 点の開発デザインコンセプトが提示され、
試作品製作メーカーを決定した。

・デザイナーによる試作品チェック・指導

参画事業者である(株)起立木工藤枝工場に各メーカーから現在製作している試作品を持ち寄り、
セルジオ・カラトロニ氏から試作品に対するチェックと改善指導が行われた。

◆第3回委員会開催(2月22日開催)

・メゾン・エ・オブジェ(パリ)国際見本市の事前調査およびヨーロッパ市場の現状調査の報告
調査者として現地踏査した甲賀コーディネーターおよび DCS CORP. 松岡営業開発部長、

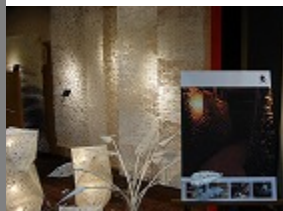
	<p>(株)エムケーマエダ家具 鈴木氏からパワーポイントを使いながら、メゾン・エ・オブジェ(パリ)国際見本市、ムーブルパリ国際家具見本市等を調査した結果報告があった。特に、JAPANブランド育成支援事業において日本から出展しているいくつかのプロジェクトの状況を踏まえ、次年度の展覧を目指すにあたってのポイントについて説明があった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・次年度以降の事業の方向性について <p>本プロジェクトにおける本年度以降3か年のアクションプランについて、再確認を行った。また、平成21年1月にメゾン・エ・オブジェ(パリ)国際見本市に出展するためのスケジュールについて確認した。1年後といっても出展締め切りが毎年6月末(JETRO 窓口での申込み)であり、それまでに試作品製作や出展に関するさまざま事項についての検討が必要であること等の説明も行った。</p>
7.	<p>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—)</p>
	<p><今月の事業実施状況></p> <p>2月5日(火) 第11回三河つくだ煮ブランディング推進委員会 開催 2月13日(水) 第12回 " 2月21日(木) 第13回 "</p> <p>上記委員会において下記内容について確認、検討を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● PR用ツール(パンフレット等)の最終調整、完成 ● DVD、ホームページ完成 ● JAPANブランド、19年度報告書の作成 ● 国内展示会「FOODEX JAPAN 2008」(3月11日～)出展準備
	<p><担当者のコメント></p> <p>各種PR用ツールが完成し、それを初めて活用する場である「FOODEX JAPAN」の準備がほぼ完了しつつあり、3月初旬に最終確認を行い、展示会に臨む予定です。「三河つくだ煮」としてデビューとなる展示会であり、どのような反響が得られるか楽しみでもある。これが終わって、19年度事業の完了となる。</p>
8.	<p>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)</p>
	<p><今月の事業実施状況></p>
	<p><担当者のコメント></p>
9.	<p>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)</p>
	<p><今月の事業実施状況></p> <ul style="list-style-type: none"> ・H20. 2.12 専門家メンバー3名(杉山哲三・今野文雄・佐口昌司氏)事業遂行打合せ。(於:東京) JAPANブランド育成支援事業の海外展示会視察セミナー報告書の準備・スライド作成。視察報告会の内容項目の検討および資料の作成。製作生地検討会のミーティング。事業報告書のミーティング。 ・H20. 2.15 専門家メンバー3名(杉山哲三・今野文雄・佐口昌司氏)事業遂行打合せ。(於:東京) 伊奈副会頭・専門家メンバー3名によるリサーチ&ミーティング。於:代官山ヒルサイドテラス JAPANブランド京都商工会議所「KYOTO PREMIUM 2008」・O・R・C COLLECTON2008 大阪繊維リソースセンター のリサーチ。JAPANブランド育成支援事業の事業報告書の内容項目の検討。試作商品の検討。次年度事業内容について打合せ。 ・H20. 2.27 メゾン・エ・オブジェ展・ハイムテキスタイル展視察報告会 参加者24名。メゾン・エ・オブジェ展視察報告 大場麻美氏 テキスタイルの素材、スタイル、加工、カラー等の分析と傾向について説明。ハイムテキスタイル展視察報告 杉山哲三氏 トレンドの説明。(於:蒲郡商工会議所 コンベンションホールB)

	<p>・H20. 2.28 製作生地の完成検討会 参加者11名。 デザイン性、素材風合い、色彩構成、加工仕上がり等を検討ミーティング。製作生地の撮影。 (於:蒲郡商工会議所 201会議室)</p>
10.	<p>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』)</p> <p>＜今月の事業実施状況＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・醗酵まつりの実施報告と次回開催に向けて反省や改善点について意見交換を行う。 ・業者から提案されたロゴマークを検討を行い、方向性を決定する。 ・決算見込みについて報告と説明を行う
11.	<p>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)</p> <p>＜今月の事業実施状況＞ 展示会後の打合せ及び事業総括打合せを実施。</p> <p>＜担当者のコメント＞ 今月は、事業の総括及び経費証ひょう書類の整理等を行った。 本年度を総括すると、福井、輪島、京都等など一流の職人が連携し、技術の粋を凝縮した試作品の製作、及び自主展示会の開催が主事業だった。もともとは、漆器という名のもとに漆器風の製品が氾濫、さらに安価な輸入品との競合激化など産業的側面から捉えた伝統工芸品の危惧感から本プロジェクトが動き出したことを踏まえると、ブランド展開の第一段階は到達できたのではないかと思う。今後は、さらにターゲット層に対して効果的にPRし、商流を築き上げていくことが課題となる。また、「REAL JAPAN」ブランドの高い技術力を背景にしたプレミアムライン、売れる商品ラインの製作、販売を通して地域地場産業の牽引となり、地域に還元していく展開が次年度以降の課題ではないかと考える。</p>
12.	<p>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> <p>＜今月の事業実施状況＞ 2月19日(火)に第12回JAPANブランド参画事業者会議を開催。 1月17日(木)から29日(火)までリビングデザインセンターOZONE(東京都新宿区)で開催した「INABA “SHIKIRI”展」来場者アンケート結果に基づき、試作品を改良する。 完成度、評価の高いアイテムは、3月中に完成させ、6月のインテリアライフスタイル展に「INABAブランドシリーズ」として出展する。</p> <p>＜担当者のコメント＞</p>
13.	<p>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」)</p> <p>＜今月の事業実施状況＞</p> <p>◆2月5日(火)～8日(金) JAPANブランドエキジビション in 東京ギフトショー2008</p> <p>出品:紙縋り和紙タペストリー・紙縋り和紙照明用キューブ・額(紙縋り和紙ほか)・アートルーフ(壁掛けタイプ・スタンドタイプ)・和紙アクセサリー</p> <p>全国連主催、JAPANブランドエキジビションin東京ギフトショー2008に出展 4日間、多くの人(バイヤー、メーカー他)が立ち寄り、説明を求められたり、取引の申し入れもあった。</p> <p>補助事業の試作段階であり、販売など直接取引に至る交渉はできなかったが、中小企業基盤整備機構主催のアンテナショップの出展依頼や、首都圏のデパートでの展示について話が進むなど、新しい展開に向けてのステップとなった。</p> <p>委員が交代で会場に詰め、各自が拾った意見等を集約し、次年度の事業推進のための資料とする。</p> <p>当会のコーナーだけでなく、他のJAPANブランド事業の出展は、今後の事業展開のために大変勉強になり、外のブースもプレゼンテーションの仕方など、大いに参考になった。 今回のように、ギフトショーの中に、JAPANブランド事業のコーナーを全国連で大きくとって</p>

いただき、そこへ出展できたことは、非常によかった。単独での出展では、労力ばかりかかり、逆に成果はここまで得られなかったと思う。

◆ 2月21日（木）第2回プロジェクト実施委員会
事業報告及び事業成果報告書の検討・今後の展開について検討

◆ 2月29日（金）～ デザイン活用フェア出展（高松）
出品：紙漉り和紙タペストリー・紙漉り和紙照明用キューブ・アートリーフ（スタンドタイプ）・和紙アクセサリー



<担当者のコメント>

1年度も無事終了し、成果報告書にまとめることができた。

今年度は、パリをはじめ、国内でも試作品の出展をする機会が何度かあり、今後の展開の参考となる貴重な情報や意見を収集できた。

次年度に向けて、ネットワークも広がりを見せ、新しい体制もできつつある。

今後は、和紙を介して事業を展開し、地域に新しい産業を興すことで、国内外へ内子町の五十崎和紙を発信していき、商工会も成長させていきたい。

14. 香美市商工会（土佐打刃物 JAPANブランドプロジェクト）

<今月の事業実施状況>

<担当者のコメント>

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）

<今月の事業実施状況>

JAPANブランド専門部会個別巡回打合会を、清須美先生、山野・市川先生出席のもと、2月1日（金）に開催し、当初は4社を巡回訪問する予定であったが、急きょ1社（株トーシン）が都合により、次回に延期と言うことになり、大木町商工会において、AM10:00より約1時間程度、JB20年度の計画・予算等について打合せをした。

続いて、3社の巡回時間の通り実施した。

3社を個別訪問し、商品ブランドイメージ（商品開発）を各事業場と協議、検討し、自社の強み（特徴）の商品を基本として、今後の商品開発のイメージ作りに役立てる方向づけを指導し、模索した。

JAPANブランド策定実行委員会（第2回）を2月27日（水）に開催し、佐々木実行委員長より、「清須美先生専門家の先生、実行委員の皆様に対し、このJB事業のお礼」を述べた。

<協議事項>

議長に佐々木委員長より議事は進行し、協議に入り、

（1）19年度JB事業報告書（案）の審議について

事業報告書（案）を愛智より、原案を詳細に亘り説明する。

又、清須美副委員長より、本年4社の事業場を個別巡回し、4社の個別戦略コンセプト等について、

及び首都圏ブランドターゲット調査結果報告を踏まえての各企業の今後の対応等に

についても、盛り込んでいる。

それと、ブランド戦略上、必要であるネーミング・ロゴマークを決定したので、盛り込んでいる。

JAPANブランド事業運営委員会（第3回）を2月27日（水）に開催し、池上運営委員長（大木町商工会長）より、「清須美先生専門家の先生、運営委員の皆様に対し、このJB事業のお礼」を述べた。

< 協議事項 >

議長に池上委員長より議事は進行し、協議に入り、

（1）19年度JB事業報告書（案）の審議について

事業報告書（案）を愛智より、原案を詳細に亘り説明する。

（川尻福岡県商業・地域経済課補佐）中、長期の事業計画が見えてこないが、どの様になっているのか。（清須美副委員長）中、長期の事業計画を参加事業者と打合せながら、綿密に策定して行きたいと思っている。（多田久留米商工事務所長）予算以上の評価が出ているのか！ それには、評価以上の評価が必要である。（清須美副委員長）予算以上の評価は出ていると思うが、ブランドは、なかなか評価が難しい点（人によって、価値観が違うので）が多くあると思う。

（長谷部県化学繊維研究所長）ブランドイメージがわからない！ 差別化のイメージがわからない。

（佐々木委員長）い草は、ブランドイメージが難しい商品であり、それおいかにイメージを沸かせるかが、今後の大きな課題であると思う。

（清須美副委員長）今後、差別化をいかに、イメージアップしていくことが、重要であり、この事業で取組む大きなテーマである。


< 担当者のコメント >

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:2008年2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）
	<今月の事業実施状況>
	<担当者のコメント>
2.	鹿沼商工会議所（切削技術）
	<今月の事業実施状況> 2月21日、JAPANブランド推進委員会(第3回)を開催し、11月に実施したドイツ市場調査の報告及び平成19年度事業報告を行った。 また、平成20年度に向けての計画を検討、ブランド確立支援事業に応募することを決定した。
3.	みなかみ町商工会（木工加工）
	<今月の事業実施状況> 2月の事業実施状況は、JAPANブランド事業のまとめ作業を中心に実施しました。 2月19日 プロジェクト委員会を開催しまとめ作業を行いました。 2月28日 本委員会を開催し事業の報告を行いました。
	<担当者のコメント> 本年度の事業で委員会を通じ意見交換ができ共通認識を持つことが出来ました。委員を幅広く選定したことにより異業種の交流の場となりよいネットワークが構築でき、視点の違うアイデアも出され有意義な事業でありました。 本事業の調査研究事業を通じ課題やターゲットの選定、事業コンセプトを策定できたことは今後ブランド化に向けて事業を推進するために非常に有効でありました。
4.	東京商工会議所（豚皮）
	<今月の事業実施状況> 2/5 第3回専門委員会開催、ブランド化のための基本戦略の原案を協議。 2/7 第4回専門委員会開催、基本戦略修正案を協議。 2/14 第4回運営委員会開催、基本戦略の最終案を協議、承認。 承認を受けた基本戦略案を含めた事業報告書を作成。
5.	新津商工会議所（花卉）
	<今月の事業実施状況> 2月8日(金)JAPANブランド事業小委員会開催 ・専門委員を中心に戦略策定についての報告書の検討を実施した。 2月18日(月)JAPANブランド事業委員会開催 ・全委員から出席していただき報告書内容検討を実施し、承認された。 ・「JAPANブランドと地域資源の活用」をテーマに政所利子様からお話を伺った。
	<担当者のコメント> 今後の花産業の販売戦力にとって非常に大きな意義のあるものになった。
6.	静岡商工会議所（お茶）
	<今月の事業実施状況> ◆第3回委員会開催(2月18開催)

	<ul style="list-style-type: none"> ・EU農薬基準調査および山間地茶園の現状調査等の報告 EU踏査により今後商品として検討したい品種が増えたため、無農薬栽培茶以外にも有機栽培や慣行栽培の茶葉について、追加の残留農薬検査(13 検体)を実施し、分析結果について報告があった。無農薬として栽培しているものは基準をクリアしたが、市場性が見込める茶葉として新たに検査した茶葉については一部農薬が検出されたものもあり、今後、茶生産業者の協力が得られるものについては、管理方法、栽培方法等について管理しながら商品化を目指す。 ・次年度以降のブランド戦略アクションプランについて 富山コーディネーターから次年度以降のブランド戦略アクションプランについて説明を行った。次年度は、EU基準に適合する試作茶の製作、ヨーロッパの国々における自主企画による静岡茶(本プロジェクトの試作茶)や茶文化についてのプロモーションセミナーの開催などを実施していく旨の提案があり、全会一致で承認された。 ◆EU農薬基準に関する調査[残留農薬分析調査](12月～2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すでに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随時調査する。また、無農薬栽培だけでなく有機栽培や慣行栽培の茶葉についても比較調査を実施する。 ◆静岡市内山間地茶園の現状調査及び品質基準調査の実施(1月～2月) 静岡市内の山間地茶園の栽培方法や生産量、無農薬栽培や有機栽培に必要な生産コスト等の現状を調査する。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や次年度、試作茶を開発するにあたってのブランド品質基準のデータとして活用する。
7.	東伊豆町商工会 (雛のつるし飾り)
	<今月の事業実施状況>
	<担当者のコメント>
8.	堺商工会議所 (自転車・刃物等)
	<p><今月の事業実施状況> 「第2回堺の伝統産業の世界ブランド化プロジェクト準備委員会」において、BRICsおよび米国において実施した市場調査結果に基づき、平成20年度以降、堺から発信する伝統産品は刃物とし、仕向け先については、ロシア、米国との結論となり、1箇所には絞り込まず、次年度以降刃物業関係者を交えて検討することになった。 また、堺の刃物はメンテナンスを怠ると「錆びる」という現実があり、これがロシアもしくは米国のユーザーに受け入れられるかどうかについて、更に調査すべきという課題も浮上した。 なお、調査結果については、調査報告書として製本された。</p>
	<p><担当者のコメント> 市場調査結果において、堺の知名度はまだまだ低いことが明らかになった。この調査結果を機に堺の伝統産業を世界に発信し、知名度を向上させることが今後の課題である。</p>
9.	紀州有田商工会議所 (手袋・靴下)
	<今月の事業実施状況>
	<担当者のコメント>
10.	東広島商工会議所 (日本酒)
	<p><今月の事業実施状況> 2月4日 西条酒ブランド育成委員会(第4回)で、本年度取り組んだ今後3年間の戦略策定を議論し、内容をとりまとめた。 2月中旬 報告書原稿整理 2月25日 上記報告書印刷契約の入札</p>

	<p>同日 印刷契約業者決定。契約締結 2月29日 報告書納品</p>
	<p><担当者のコメント> 次年度以降ブランド化に向け、名称・ロゴマーク等の整備、共同商品開発等の作業に入る。こうした具体的な作業の段階で、酒造りについてそれぞれこだわりをもっている10社が、どのように調整を図っていくかが課題となる。</p>
11.	<p>人吉商工会議所（焼酎）</p>
	<p><今月の事業実施状況> ◎2月18日(月) プロジェクト実施委員会 ・年間の活動状況とその活動により立案された球磨焼酎ブランド戦略(案)を細部にわたり説明し、出席者全員の賛成を得た。委員会終了後に開催する報告会において、同戦略を発表することも合わせて全員の賛成を得た。その後、戦略にもとづく次年度以降の事業について協議を行い、ブランドブックの作成や試飲会の実施等の取組について全員の賛成を得た。</p> <p>◎2月18日(月) 報告会</p> <ul style="list-style-type: none"> ①「球磨焼酎ミッション(球磨焼酎酒造組合の基本理念)」の発表 ②「球磨焼酎ビジョン(球磨焼酎酒造組合がめざす姿)」の発表 ③平成20年度「球磨焼酎ブランド戦略」に関する意見交換 球磨焼酎酒造組合青年部 高橋部長 ④「球磨焼酎ブランド戦略」に関するアドバイスおよび参考事例 (株)酒文化研究所 狩野卓也氏 
	<p><担当者のコメント> 年間の活動の締めくくりとして、戦略がうまくまとまって安心している。球磨焼酎酒造組合青年部が中心となり、関係者の意見を参考に独自に作成した戦略であり、実現に向かって一体となり進んでいきたい。</p>
12.	<p>佐伯商工会議所(寿司)</p>
	<p><今月の事業実施状況> 2月13日～17日 第6回海外調査 対象都市:香港、マカオ(いずれも中国) ここ数年、中国本土からの観光客が急増しており、それが好調な経済の要因となっている香港とマカオを訪れた。本格的な寿司店を選んで視察したところ、香港については、日本国内と変わらない高いレベルの寿司が提供されていることに驚かされた。一方、マカオはカジノを持つ高級ホテル内に本格的な寿司店が設けられているが、寿司のレベルに関しては香港には及ばないと感じられた。また現地のJETROを訪問し、両都市における飲食店を中心とした事業環境についてヒアリングした。</p> <p>2月25日 第2回事業推進委員会開催 今年度最後のプロジェクト推進委員会を開催した。事業の経過と市場調査の報告および事業戦略の説明を行った。事業戦略については承認が得られ、各委員から次年度以降の活動に対する期待の声が聞かれた。</p>
	<p><担当者のコメント> 本年度の事業は終了するが、本年度の取り組みによって策定された事業戦略にもとづいて、次年度以降の活動計画を早急に検討し、実行に移していく予定である。</p>
13.	<p>宮崎商工会議所（地鶏加工食品）</p>

	<p><今月の事業実施状況></p> <p>2月8日(金)に「第6回宮崎地鶏ブランド戦略策定委員会ワーキンググループ会議」を宮崎商工会館にて開催し、事業報告書(案)について意見交換した。</p> <p>2月19日(火)「第3回宮崎地鶏ブランド戦略策定委員会」を宮崎商工会館にて開催し、ワーキンググループがまとめた事業報告書(案)について意見交換した。</p>
14.	宮古島商工会議所 (繊維製品)
	<今月の事業実施状況>
	<担当者のコメント>
15.	北谷町商工会 (琉球ガザミ蟹)
	<今月の事業実施状況>
	<担当者のコメント>
16.	伊江村商工会 (シモン合鴨)
	<今月の事業実施状況>
	<担当者のコメント>