

平成18年度JAPANブランド育成支援事業 採択案件一覧表

(ブランド確立支援事業1年目(新規分))

事業実施者(都道府県名)	事業概要
札幌商工会議所 (北海道)	【スイーツの街・札幌 ブランド発信事業】 「食の安全・安心」が消費者の高い関心を寄せている中、道産の素材を用いてつくられた商品群は市場にて高い評価を受けており、競争力も高い。国内については全国的なPRを通じ販路拡大を目指し、海外では本市の物産に対する評価が高い東アジア、特に中国、台湾、韓国的一般消費者・バイヤー層をターゲットに市場開拓を図る。
盛岡商工会議所 (岩手県)	【南部鉄器フォー・ユーロ・ブランディング事業】 強靱鉄・錆びにくい鉄という新素材と伝統的技法とを融合し、さらに生活用品のデザインにおける先進国であるフィンランドのデザインを導入することで、従来の鉄製品を一新、30代から40代の生活スタイルに適合したブランドを構築により市場拡大を図る。また、フィンランドとの協働により、ヨーロッパでのプロユース・ファミリーユースに適合する製品を開発する。
菟田野町商工会 (奈良県)	【UTANOブランドの創出～毛皮・鹿革を活用した地域ブランド構築プロジェクト】 世界有数との評価を得ている当地産の毛皮革と、高度なデザイン力、加工技術等を持つ異業種・専門機関等との効果的な協働を行う。今年度は、バッグを中心とした服飾雑貨や化粧品・エステサロン用品に関する市場調査を行い、ブランドイメージの確認・製品開発の方向性を検討し、既存技術を活用した試作品開発・改良を行い、機能性評価モニタリングやテストマーケティング、展示会等への出品を行う。
泉佐野商工会議所 (大阪府)	【泉州こだわりタオルブランドの構築】 タオル産業の発祥地としてのアピールと、こだわりのものづくりにより「吸水性に優れ、風合いが良く、環境に優しく、安心・安全」な商品として、見た目ではないタオル本来の基本性能による満足感を提供する。まずは国内においてブランドの浸透を図り、その成果を踏まえて欧米又はアジアの富裕層への提案など海外への進出を目標とする。
神戸商工会議所 (兵庫県)	【神戸ブランドMeets 上海】 神戸の主要な地場産業であるアパレル・ケミカルシューズ・真珠等を中心に、成長著しい上海市場のニーズを踏まえたファッション製品を開発し、メディアとの効果的な連携により「神戸ブランド」のファッション性をアピールする。さらに、「KOBEファッション」ブランド、「KOBEコレクション」ブランドの商標登録についても検討し、上海市場進出の素地形成を図る。
今治商工会議所 (愛媛県)	【Imabariタオルプロデュース ～「新Towelライフ」の演出～】 生活シーンごとのアイテムを、素材や織り方などにこだわったクオリティの高い高付加価値商品として製品化するとともに、産地ブランドとして消費者に新鮮な感動を発信していく。国内・欧米の富裕層など、新しいライフスタイル、健康・環境への関心が高い層を「ロイヤルユーザー」として獲得し、本物志向層に支持される産地として、ブランドイメージの確立・定着を図る。
中芸地区商工会 (高知県)	【魚梁瀬(やなせ)杉再生プロジェクト】 「日本三大杉」である「魚梁瀬杉」の間伐材を利用し、独自の技術で加工し作られたバッグに、海外でのニーズやデザイン・素材等に対する情報の収集を行い商品価値を高めていく。その他新製品として照明、椅子等のインテリア関連、斬新なデザインによる身の回りの装具品等を開発し、海外ホワイトカラー、20代、30代の女性をターゲットに、国内外の展示会に出品し市場調査を行う。

平成18年度JAPANブランド育成支援事業 採択案件一覧表

(ブランド確立支援事業2年目(継続分))

事業実施者(都道府県名)	事業概要
小樽商工会議所 (北海道)	<p>【OTARUーガラス工芸品の世界ブランド化プロジェクト】 「ガラスの浮き玉の色」をイメージカラーとした試作品の商品化、新商品の生産・販売に向けた検討を行う。また、ブランド力強化に向けた認定制度等可能な取り組みの検討を行う。東京を中心とする首都圏の百貨店や専門店、富裕層の個人客、また、小樽市民に対する販路拡大を図る。海外では、引き続き東アジア圏の富裕層をターゲットに市場開拓を図る。</p>
旭川商工会議所 (北海道)	<p>【『旭川家具』ブランド確立推進事業】 今年度も引き続き、ケルン国際家具見本市への出展を継続し、価格競争が少なくデザイン・品質が評価基準とされる超高級品市場をターゲットとする。インテリア産業の中心であるヨーロッパ市場において、旭川家具のイメージをアピールし、世界の超高級品家具市場において確固とした地位を確立する。</p>
弘前商工会議所 (青森県)	<p>【世界へ発信!『津軽うるおい、うるわし』事業プロジェクト】 「津軽塗」の伝統的技法を生かし、昨年の試作品の改良と、新たな試作品の開発を実施する。今年度も引き続き、欧州に向けた展開を継続し、知名度向上、販路の確立等を図る。また、ホームページ上で商品紹介の充実を図り、手板(塗模様)を使ったネット上でのOne to One Marketing Ordering System構築のための調査研究を行う。</p>
東通村商工会 (青森県)	<p>【「飛躍する未来へ!!「ひがしどおり海山喰(か)さまい」創出プロジェクト】 昨年度開発した商品の生産体制の確立及び商品の改良を行い、今年度は商品の他に「東通村」という名前も国内外にアピールしつつ、商品においても高評価を受けるよう積極的に商談・引き合い件数を増加し、売上目標を達成する。今年度も昨年度に続き東京都(関東圏内)への展開の他、神奈川県横浜市及び大阪府大阪市(関西圏内)へ新たな展開を始め、また、大阪市内、横浜市内のホテルにおいて展示商談会を開催し、販路開拓・拡大を目指す。</p>
山形商工会議所 (山形県)	<p>【山形発「カロツェリア型ものづくり」のブランド展開】 「山形工房」をカロツェリア型ものづくり(地域の優れた職人技術を結集し、コンセプトが核となり、高付加価値型の製品開発と海外展開を目指す新たなものづくり方式。)のリーディングブランドに位置づけ、製品バリエーションを増やしながら、海外見本市出展を通して世界でのブランドメイクを進めていく。いいモノを長く使うための住環境整備に投資を惜しまない欧米・国内の富裕層をターゲットとする。</p>
会津若松商工会議所 (福島県)	<p>【BITOWA FROM AIZU】 400年以上の歴史を持つ「会津漆器」の技術は、木地製作、塗、加飾の各分野において蓄積・進化しており、その製品バリエーションは有数のものである。漆器製品に対する高い評価を得てきたフランス市場をターゲットに展開し、高いデザイン性、高品質を求める層に対し、販路拡大に向けた商品開発、営業推進を図る。</p>
川口商工会議所 (埼玉県)	<p>【Casting Innovation 新・川口鑄物の創造】 オール電化住宅の進展とともに、経済性、安全性等に優れたIHクッキングヒーターの最適調理器具として、市場の将来性、ポテンシャルは極めて高い。本年度は、生産体制の確立、デザイン追求と商品開発、販路検討と販売体制構築を目標とし、隣接する東京を中心に関東圏の一般消費者、住宅設備機器メーカー等をターゲットに、「カワグチいもの」ブランドの展開を図る。</p>
富士吉田商工会議所 (山梨県)	<p>【海外展開ブランド支援事業『プロジェクトFuji-façonné(フジ・ファソネ)』】 新たに海外展開用ブランドのネーミングとして、Fujiをポイントに、フランス語でファソネ(図柄がついた布)の意味を持つFuji-façonné(フジ・ファソネ)を提案し、ヨーロッパへの進出と市場拡大を進める。ヨーロッパでの展示会出展と併せ、フランス(パリ市)において、独自の財源によるアンテナショップを展開することで消費者の動向を直接調査し、消費者ニーズに適合した商品提案を行う。</p>

事業実施者(都道府県名)	事業概要
三条商工会議所 (新潟県)	【SANJO発 グローバル・ブランド構築支援プロジェクト】 伝統に裏付けられた金属加工技術を基盤に、特に刃物をテーマとして魅力ある商品群を提案する。昨年度に引き続きヨーロッパ市場をメインターゲットとして、世界最大の消費財見本市「アンビエンテ」(フランクフルト)に出展しブランド確立を推進する。
燕商工会議所 (新潟県)	【“enn”ブランド育成支援事業】 鋳起銅器及び漆製品の海外での認知度を上げ、国際見本市で直販店との契約を目指す。また、新規アイテムの開発、既存アイテムの修正、漆強度向上の研究を行う。北ヨーロッパ・アメリカ地域を中心に、高級ブランドショップ、高級レストラン、お茶の専門店などに狙いを定め、直販による市場の開拓を図る。
加茂商工会議所 (新潟県)	【桐を中心とした加茂木工ブランドの海外市場販路確立プロジェクト】 ブランディング戦略の一環として、「ブランド認定委員会」立ち上げ準備を行う。評価基準を満たした企業の製品について「加茂ブランドマーク」の認証を与え、品質、機能とも優れた製品を市場に送る。また、調査分析により得られた情報を活かし、デザインの新品開発に磨きをかけ、欧州市場の販路拡大を進める。
岡谷商工会議所 (長野県)	【岡谷絹く純絹(あしぎぬ)製品ブランド化事業】 照明用傘地やスタンド製品に取り組み他、優れた素材を活かして、当市にしかできない高品質の絹製品を目指す。昨年度に引き続いて国内外各1ヶ所の展示会出展を行い、会期中の聞き取り調査により業界のニーズを把握し、今後に反映させていく。広報面では、PR規模拡大によりメイン素材のさらなる強調を目指す。また、商標登録にも積極的に取組み、ブランド化意識の高揚にも努めていく。
飯田市鼎町商工会 (長野県)	【「飯田水引ブランド」世界へのはばたき】 今年度はヨーロッパの生活習慣に精通したデザイナーを招聘して、デザイン開発を依頼、試作品開発を行う。また日本在住外国人を招集して、外国人の見た水引作品についての意見聴取を行う。展示会については、世界的に権威のある「メゾン・エ・オブジェ」(19年1月)に初展示し、展示会を通して、フランスに水引の販売拠点となる店舗を確保することを目標とする。
福田町商工会 (静岡県)	【FUKUDEコード・ルネッサンスMISSION~コーデロイ(ブランド名 solbreveco)の世界への発信】 今年度も引き続き継続的な商品開発を行い、魅力ある高付加価値なコーデロイを開発する。そしてブランド事業への参画企業の拡大を行い商品群の多様化を図る。そして展示会に出展し、アパレル企業等に対してプロモーションする。また、前年度の展示会においてサンプル要求のあった企業に対して、新規コーデロイを情報発信しビジネスチャンスを作る。染色加工・整理加工技術を主体とした講習会等を行い商品開発力のレベルアップを図る。
一宮商工会議所 (愛知県)	【JB(ジョイント・尾州)ブランド構築事業】 昨年度の展示商談会を経て、織物輸出復活が途についた。さらなる契約増、欧州でのJBブランド定着・確立に向け、継続的な展示会等の開催によりアパレル企業との信頼関係を構築する。天然繊維(竹繊維、和紙繊維等)を含めた非石油由来素材、地球・人へのいたわりをブランドの一つのテーマと捉え、『JBフラッグシップ素材』として提案を一層強化していく。
有松商工会 (愛知県)	【創造と進化~有松鳴海絞りブランド~】 ブランド戦略として、「商品開発」、「市場開発」、「ビジネスマッチング」の3つのポイントで事業展開を図る。前回実施時の事業の商品コンセプト「清」「環」「粋」を踏襲し、課題とされた商品力の強化を図るとともに、より消費者ニーズに合わせた商品開発を行う。また、「有松鳴海絞り・匠」の商標登録を取得することによる商品イメージの拡大と商品開発の必要性を強く意識したブランド商品を製作する。今年度は国内全般にわたる新規市場をターゲットとする。
高山商工会議所 (岐阜県)	【「飛騨春慶のある生活提案」によるブランド育成事業(リビング編)】 「メゾン・エ・オブジェ」への継続的な出展を実施し、海外での評価定着を図る。また、凱旋展等により国内における消費拡大を目指す。昨年度の出展により得られたニーズを踏まえ、既存商品の改良と新規開発を実施する。当面は岐阜県のアンテナショップを拠点として、市場の動向を把握し、海外についてはEU圏を中心とした富裕層に的を絞り、市場の開拓に努める。

事業実施者(都道府県名)	事業概要
紀北町商工会 (三重県) (旧紀伊長島町商工会)	【JAPANブランド ザ たべきり】 今年度は東アジア主要都市に於いて実験店舗を用いて試食・サンプル配布・商品展示・インタビューなどマーケティングリサーチを行う。これまでの実績・経験を踏まえ、“コンサルティングセールス”を行いながら意義のある、消費者の生きた声を収集する。国内では、食品業界・外食ユーザーの捉え方など、現地でしか得られない的確なマーケティングリサーチを横浜・幕張で実施して「消費者が買いたい」「市場が求める」ものについてマーケットアナリシスする。
輪島商工会議所 (石川県)	【「出会い」創造プロジェクト—輪島から感動を伝えたい—】 国内・外ともに、情報発信型常設ギャラリースペースの設置を第一の戦略とする。ギャラリーと、漆器周辺の文化を絡めた体感スペースを併設した「滞在時間の長い」拠点づくりによって、潜在消費者への継続的な広報と情報発信を実施する。また、内装に漆の表情を使用することでインテリア業界へのアピールを行う。
能登町商工会 (石川県)	【『能登の醸し』ブランド発信事業】 「いしり」の認知度がアップすることがブランドとしての評価につながると考え、今年度は商談件数50件(引き合い200件)を目標とし、国内外の展示会に出品する。また、高級スーパーを能登に招いて商談会を実施する。製品の改良も引き続き行い、汎用性を高めるツールとして飲食店等でも使用できる容器の開発、製品基準の確立、減塩製法での製造、サプリメント化等も推し進める。普及・PRについてもパンフレット、雑誌を使った広報等を行う。
山中商工会 (石川県)	【YAMANAKAブランドの確立】 新たな国内向け商品を開発し、6月のインテリアライフスタイル展においてNUSSHAブランドの国内発表を行う。また、パリ メゾン・エ・オブジェに継続出展し、海外市場での更なる販路拡大と新規顧客獲得によりブランド定着を目指す。NYでは山中漆器を恒常的に取り扱うギャラリーとの契約を目指す。またカナダのケベック博覧会への出展も検討し、「山中漆器」が日本を代表する木工芸ブランドであることを示し、「漆」素材の浸透とブランド化を図る。
鯖江商工会議所 (福井県)	【めがねのメッカ福井県鯖江市「THE291(フイ)」のブランド展開】 地域のあらゆる技術、素材を結集した高付加価値のフレームを新たに開発し、専門家を交えてプロモーション活動を行う。国内ではターゲットを婦人高級層、デザイン性の高い30～50代のモノセクシャル層に絞って開発し、大都市を中心に販路を拡大する。海外は、香港を中心にアジア向けの高級商品、和のイメージを全面に出した欧米向け商品を中心に開発し、展示会を通じて販路を開拓する。
京都商工会議所 (京都府)	【KYOTO PREMIUM】 京都の染織・繊維素材・技術を用いた開発商品は、国内・外の展示会において高い関心と評価を得ている。伝統素材・技術と新しい発想・デザインを融合させることで、従来の京都の伝統産業の枠を超えた商品を開発する。また、よりコンテンポラリーで機能的なデザインヘシフトし、ヨーロッパのハイエンド層および国内市場の販路開拓を図る。
京都府商工会連合会 (京都府)	【丹後テキスタイル】 今年度はフランスパリでのアンテナショップで、秋頃からの出展を計画している。年度内には、約50万程度の取引が見込まれる。ベルギーブリュッセルでのアンテナショップは、日本人女性がオーナーで、ブリュッセルで初めてのケースなので、11月オープンを計画しているが、概ね30万程度の売り上げ目標とする。イタリア・ミラノの展示会は、3回目の展示会となるので、当日に20万程度のオファーを見込む。
一宮町商工会 (兵庫県)	【～Kosai Aroma～香りの文化を演出し「あわじ島の香司」ブランドの確立】 今年度も昨年に引き続き、フランス・パリ市場への展開を継続する。具体的には、現地代理店を通して直接バイヤーへの営業活動を行うこととし、11月には現地の展示会に出展しヨーロッパにおけるPR活動を行うと同時に販路開拓を実施していく。そして12月にはパリ市内でPRイベントやセミナーなどを開催し、現地の一般人への広報活動などにより淡路島のお線香の良さを伝えながら、その楽しみ方を日本の最古の文化とされる香道とともに浸透させてゆく。
御坊商工会議所 (和歌山県)	【木の国「置き和室」国際ブランド化プロジェクト】 17年度事業の成果を受け、「売り」に直接結びつく本格的なマーケティング展開、製造体制や販売ネットワーク構築に取り組む。試作品の改良・コストダウンに努め、カスタムメイド製品については、品質・機能の向上、組み立ての簡便化など、マイナーチェンジに取り組む。一方、家具ルート対応製品については、組立不要の製品開発を目指す。また、量産を目指した効率のよい製造ライン体制の構築にも取り組む。

事業実施者(都道府県名)	事業概要
松江商工会議所 (島根県)	【NEW 松江菓子海外市場開拓プロジェクト】 米国の中でも特にニューヨークに焦点を絞って販路拡大を図るほか、松江ブランド和菓子を常備できる店舗の確保、自社店舗の可能性についての調査・研究を行う。販売先は、高級食品販売店、レストラン・飲食店としているが、エンドユーザーについては、特にアッパー層をターゲットとしている。
府中商工会議所 (広島県)	【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)】 通気性、マット部分の適度な硬さをセールスポイントに日本の独自文化であるフンの良さをアピールする。さらに、デザインに「和」を取り入れ、ヨーロッパ家具との差別化を図る。また、アメリカ向けにデザイン改良を施すとともに、輸送コストの軽減を図るためのコンテナ輸送に適したサイズ、組立方法の研究を行い、試作品の製作に取り組む。
熊野町商工会 (広島県)	【「FU-DE」世界的ブームの創出。みんなで描こう！世界のスマイルフェース】 パリでの2年間の実績と経験をふまえて、いよいよアメリカ市場で展開。過去2年間フランス・パリでPRおよび販路開拓活動してきた“横文字描き用FU-DE”と共に新商品のフェイス&ボディーペインティングセットを9月以降にアメリカの展示会に出展したい。アメリカへは今回が初回で、通算4回目の出展となる。広告媒体としては、アメリカ在住経験のあるコンサルタントを通じてスポーツ関係者・広告関係者等との連携を密にしながら、PR展開を実施していく。
高松商工会議所 (香川県)	【「6jo」(ロクジョウ)ブランド確立事業】 地場の家具・漆器業者等のコラボレーションによる日本の文化・生活様式等を融合した新しいタイプの家具・インテリア商品「6jo」のブランド化を図る。商品の拡充とともに、デザイナー・参加企業等スタッフの拡充を図り、国内市場はもとより、海外市場への展開を行う。
東かがわ市商工会 (香川県)	【市場性を重視した試作品から商品への展開を図り、ブランドの確立と、メーカーと市場を繋ぐシステムの構築】 今年度はマーケティングリサーチによる市場性を重視した商品企画開発を行い、仕様及び素材の変更・追加による新アイテムの提案を行う。平成18年夏までに商工会と試作品制作企業とで商標実施使用権契約の締結と、商工会と代理店との販売委託契約を締結する。秋にはインテリア関連の展示会に出展し、19年2月には、2回目となる東京インターナショナルギフトショーに出展し、バイヤーにDMIによる案内を行う。
福岡商工会議所 (福岡県)	【21世紀博多織JAPANブランド】 小売店での販売展開と博多織専門店でのマーケティングを基本戦略として、博多織を活用したアパレル・インテリアについて素材感・デザインによる差別化を図るため、新素材の開発、カテゴリー別のデザイナー起用、地元ファッション専門学校との提携等に取り組む。また、地元百貨店売場スペースの確保に向け協議を開始するほか、ホテルや結婚式場など業務用販路も開拓していく。
大川商工会議所 (福岡県)	【大川家具ブランド確立(新ブランド開発)事業】 “和風シンプル”デザインを主体に国内外の都市生活者にターゲットを広げ、市場の拡大を狙う。さらに欧州向け家具の機能・サイズ等に関して市場調査をもとに見直しを行う。前年度開発した試作品の商品化を行い、既存商品と合せてSAJICA商品群の充実を図るほか、海外展示会(メゾン・エ・オブジェ)への出展を実施する。
広川町商工会 (福岡県)	【古くて新しい！新風久留米絣ブランド化事業】 新商品の開発をさらに進めると同時にアンテナショップの開設計画や生産環境の充実、販売体制の確立など企業化を進め、販路開拓を推進する。今年度もフランス市場への展開を継続する。具体的には2月に開催されるプレタポルテパリに出展する。国内では生地展示会であるジャパンクリエイションに出展し、首都圏メーカー等の販路を開拓する。また平成16年度に出展したIFFIに出展し久留米絣の洋服化の評価・調査を行う。
苓北町商工会 (熊本県)	【CERAMICA AMAKUSA 天草陶石・陶磁器ブランドプロデュース事業】 今年度の目標を、商品発表によるブランドの世界発信と情報・運営基盤の推進と位置づけ、国内外の展示会への出展を行い、市場での認知・評価獲得を目指す。「ランプシェードAKARIA」7品目及び「天草アズレージョJAPONICA」5品目については、展示会での評価や要望意見を踏まえ、現在の試作品の更なる改良を行い品質を向上させて商品化する。また、ロゴマークやブランドネームの商標・意匠登録を行いブランドネームの認知を高める。

事業実施者(都道府県名)	事業概要
大分県商工会連合会 (大分県)	<p>【Harb & Harvest Oitaプロジェクト】 今年度は国内で試食会を実施し、食のオピニオンリーダー層への浸透に注力する。また展示会に出展し、通販会社を中心に取り扱いを働きかける。海外展開については、業務店を対象とした試食会、一般客を対象に「日本の酒とグルメなつまみ」をテーマとした店頭プロモーション実施する。商品開発に関しては、高品質な商品を安定的に製造・供給する体勢の確立、新商品の開発による商品ラインの充実、産地と現地加工メーカーの充実を図る。</p>
鹿児島県商工会連合会 (鹿児島県)	<p>【薩摩が誇る美と技のコラボレーション】 商品開発においては、竹細工や薩摩焼、錫器、和紙工芸など地域の伝統工芸等の協力を得てデザインや製作技術の融合を図り、和を基調とする新たな商品開発に取り組む。具体的には、ワーキングチームにこれらの地域伝統工芸の専門家を招聘し、共同して新商品開発に取り組む。販路開拓としては、海外ではオーストリア及びドイツへの展開を継続し、パリでの見本市への出展にも取り組む。また、国内への展開については、福岡市場での展示会に取り組む。</p>

平成18年度JAPANブランド育成支援事業 採択案件一覧表

(戦略策定支援事業)

事業実施者(都道府県名)	事業概要
能代商工会議所 (秋田県)	【木材製品】 豊富な「天然秋田杉」を利用した木材製品の高付加価値化に向け、ブランド化のための戦略を策定する。研修会の開催、流通状況についての調査を実施するほか、これまで杉材が使われてこなかった部材への用途開拓、実用的な製品の開発および需要地である都市・首都圏への販路拡大を目指す。
宮城県商工会連合会 (宮城県)	【木地玩具・漆器】 鳴子地域のこけしの生産量は20年前にと比べて半減している。そこで、これまで培ってきた伝統技術を活かし世界に通用する新たな製品開発を行う。そのために木地玩具の市場調査、販売先・販売商品等の研修、ブランド構築に精通した専門講師を招き、新伝統工芸品の製作・販売開拓等の研修を積み、国内外の消費者向けの木地玩具と漆器を融合させた試作品を製作するなど、ブランド確立のための調査研究を行う。
梁川町商工会 (福島県)	【ニット製品】 伊達ファッションの特徴であるニット。その糸染めから製品化、販売までのシステムをJAPANブランドと位置づけ、「伊達ファッション」プロジェクトとしてこれまであまり業界が手をつけていないロシアに進出するための調査・研究を行う。また地域の事業者に対してはロシア市場や商品開発、ブランドの確立等についての勉強会、研修会を行う。
足利商工会議所 (栃木県)	【繊維製品】 日本の意匠登録の第1号が、足利の織物鎬意匠の「雲井織」であることに着目。当時の雲井織の再現(復元)をきっかけに、新たな足利ブランド「足利銘織」として創造し、民間調査機関との連携により「雲井織」製品のデザイン化、販売戦略の策定を目指す。
鹿沼商工会議所 (栃木県)	【建具】 鹿沼建具の歴史は古く、長年にわたり蓄積してきた伝統技術が伝承され、木工製品の一大産地を形成している。組子という伝統技術をコアとして、ブランド戦略・マーケティング戦略の勉強会、海外市場調査等を実施し、国内はもとより、欧米市場において「組子ブランド」の確立を目指す。
糸魚川商工会議所 (新潟県)	【ヒスイ】 国内唯一の原産地として、小規模ながら十数社により加工販売が行われている。地域一丸となった取組みにより糸魚川ヒスイのブランドを確立し、地域おこしの起爆剤とする。専門家の招聘による加工技術・デザイン力の向上、市場調査等による国内・国外の市場ニーズを捉え、若年層向け商品開発等、ブランド化に向けた事業を実施する。
甲府商工会議所 (山梨県)	【宝飾品】 山梨県が培って来た宝石・宝飾品加工技術を生かし、国内はもとより海外に向け、宝飾品生産地としての「山梨ブランド」イコール「JAPANブランド」を発信するための戦略を策定する。また品質、技術の標準化及びマーケット情報の共有化により、消費者ニーズに応える商品開発力、販売力をネットワーク化して、産業全体の活性化を目指す。
静岡商工会議所 (静岡県)	【家具】 「総合家具産地」として長年蓄積された技術力等をベースに、国内外の製品との差別化を図り、高付加価値をつけた「静岡家具ブランド」を育成する。平成18年度は「光のインテリアプロジェクト」を立ち上げ、その新製品を国内向けに販売するとともに、海外展示会への出展、海外向け販売ルートの確立を目指す。

事業実施者(都道府県名)	事業概要
豊橋商工会議所 (愛知県)	【佃煮】 豊かな魚貝類と調味料の産地に支えられて、江戸時代末期から産地として発達。国内においては、時代の嗜好に適った形に進化発展させる基礎調査を実施、海外に向けては、日本の伝統食文化である佃煮の紹介と海外マーケット開拓のための調査研究を行う。この内外における調査研究を通じ、「三河佃煮ブランド」として広く普及するための具体的な戦略を策定を行う。
瀬戸商工会議所 (愛知県)	【窯業】 瀬戸は日本六古窯の一つであり、1300年もの長い歴史と伝統を誇る陶磁器産地である。古くから量産体制を確立し、バラエティに富んだ商品をリーズナブルに提供してきたが、「瀬戸らしさ」を明確化し、消費者のニーズ調査、商品・生活空間提案を行う等、ブランド化に向けた戦略を策定する。
蒲郡商工会議所 (愛知県)	【繊維製品】 蒲郡は、一次加工品から最終製品までを地域内で一貫して生産できる特徴を持った「三河繊維産地」として、長い歴史と伝統を誇ってきた。これまでの取り組みから明らかになってきた強み・弱みを整理・分析し、総合的なブランディング戦略の中核機関として「ブランド策定委員会」を設置、さらに各種委員会等を設置して効率的に事業を推進する。
白川村商工会 (岐阜県)	【薬草・山野草】 白山麓の自然の恵みによって自生する薬草・山野草等を有用した商品開発におけるブランド化への可能性の追求。個々の商品の市場調査を実施して、商品価値、ブランド力を高め、高品質と知名度の向上にはどういった戦略があるかを専門の講師を招いて研修会、勉強会を開催する。
高岡商工会議所 (富山県)	【銅器・漆器】 高岡銅器・高岡漆器は、美術工芸品をはじめ、日常生活品等としても幅広く使用されてきた。強みである「金属(銅)、漆の素材発色及びその製造技術を持つ“職人集団(Shokunin Syudan)”」をブランディング戦略における「キー・コンセプト」として、グローバルなファッション・ブランドに対し、B to Bの訴求を実施し、「グローバル・ブランド製造技能集団としてのブランド化」を目指す。
大野商工会議所 勝山商工会議所 (福井県)	【醗酵食品】 奥越前の事業者が持つ醗酵技術と醗酵食品・伝承的食品の発掘と選別を行い、生産履歴の確かな食品作りの体制を構築し、ブランド育成を目指す。醗酵技術を主体とした新商品、デザイン開発の方向性を決定する。日本食が食のカテゴリーとして醸成しているアメリカ市場、輸出に関し潜在性のある中国市場へ酒・味噌・醤油・食品の総合的提案と販路開拓を行う。
鳥取県商工会連合会 (鳥取県)	【インテリア】 千年の歴史を持つ「因州和紙」をはじめ、優れた伝統産業を有している因幡地方。しかし伝統産品の生産者に明確なブランドイメージの統一がなく、開発力、販売戦略等で十分な事業展開が図られていない。そこで今回、「因州和紙」「智頭杉」「金属加工」など、地域の特色ある企業の技術と文化をコラボレートさせて世界に通用する独自のインテリアブランドを確立するため、デザイナーの招聘、国内外の見本市等の調査、市場調査等を行い方向性を見出す。
新市商工会 (広島県)	【インテリア】 「ヨーロッパデザインによる生活・インテリアグッズの開発」 日本三大絣の一つである備後絣。現在では安価な海外製品に押れ、取り扱い企業が減少している。そこで備後絣の特徴である「軽量」「丈夫」「通気性」といった特性を活かしてヨーロッパデザインで統一したキッチン、バス、ガーデンといった水回り関係の商品の開発を行い、来年度以降首都圏、欧州を中心にブランド展開するための調査研究を行う。
三加茂町商工会 (徳島県)	【木製品】 三加茂町の基幹産業である林業の急激な衰退のため「三加茂産ブランド」の消滅が危惧されている。桐下駄と和を基調とした家具を試作・改良し、40歳以上の欧州の知識階級層をターゲットにプチレトロや和をベースにしたこれまでにない木工製品を、和のライフスタイルを通じて、生活にゆとりといやしを与えるような試作品作りを行う。そのための情報収集のために欧州で開催される展示会への視察を行いブランドコンセプトを固める。

事業実施者(都道府県名)	事業概要
五十崎町商工会 (愛媛県)	【和紙】 既にマーケットとして成立しているインテリア用品、食卓関連用品への参入は知名度のない五十崎ブランドでは難しいため、これまででない和紙を使った高付加価値の製品を作り、欧州への展開を図る。そのための研修(付加価値商品等について)、日本の伝統工芸が評価されている国内外の見本市の視察、B2B、B2Cの市場調査を踏まえ、ブランドコンセプト、次年度以降の方向性を確立する。
香美市商工会 (高知県)	【刃物・農機具】 伝統的工芸品として指定受けている「土佐打刃物」は全国的に高い評価を得、農山林用刃物としては全国シェアの50%以上を占めている。この技術を活かして世界ブランド「ゾーリング」が席卷しているヨーロッパに進出し、国際的に通用するブランドを確立する。そのためにヨーロッパにおける当地域の伝統産業の評価の調査、ドイツ・フランスでの市場調査等を行い、来年度以降の展示会等への参加にむけてブランドコンセプトを作り上げる。
大木町商工会 (福岡県)	【花菓産】 当地はい草を使った製品製造や伝統的な掛川織を駆使した花ござの産地である。しかし、い草栽培事業者の激減により生産産地としての存在も怪しくなっており、地場産業の将来性も危うくなることが予想される。筑後地方の特産品である掛川織は重厚な美しさで高い芸術性を誇っており、このデザインの斬新性を生かして、新分野領域の開発を行う。そのためにブランドに対する勉強会、国内外の展示会、ショップ等の見学による市場動向の調査と新製品のイメージ作りを行い次年度の出展に向けての検討を行う。
小石原村商工会 (福岡県)	【陶器】 300年の歴史を誇る民陶である小石原焼きであるが、全国的にはほとんど認知されていない。そこで高い作陶技術を活かした新しい時代の、海外に通用する新しいデザインの小石原焼食器の開発、パッケージ、パンフレット等の製作を行い広報し、ブランド力を高めるため、食器の今後のあり方から多分野進出への可能性を考察しつつ、海外のものづくりの現場視察、デザイナーを招聘したデザインの研究、食器に対する意識調査等を行い次年度以降の計画を策定する。
城島町商工会 (福岡県)	【瓦インテリア、河川用環境ブロック】 城島町は瓦の産地であるが、認知度が低く慢性的な売上げの低迷が続いている。その現状を改善するため、瓦の製造技術を利用した環境にやさしいエコブロック(潟粘土を原料とした河川工事材)の開発、及び鬼瓦で培った高い意匠性を活用した海外向け瓦インテリア、モニュメント等の開発・ブランド化の研究を行う。今年度はそれらの実現のための素材・技術の研究、海外建材展示会での市場調査や新しいデザインの研究を行い戦略プランを立てる。
那覇商工会議所 国頭村商工会 (沖縄県)	【三線】 沖縄伝統楽器・三線の原材料である琉球黒檀の入手が困難になっている。癒し効果のある沖縄三線を地元の素材と新しい加工技術(圧密技術)により、沖縄産材の活用を図り、純沖縄産三線のブランド化を図る。また沖縄県人の住む各国において市場拡大のため、市場調査と販売戦略の策定を行う。