

平成18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(2年目)案件:2006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>小樽商工会議所【OTARUーガラス工芸品の世界ブランド化プロジェクト】</p> <p>＜今月の事業実施状況＞ 会議等の開催はありません。 11月は、12月1日～7日に台湾にて開催するガラス展の準備が主な動きとなります。</p> <p>11月28日、(株)日本総合研究所柿崎主任研究員、日本商工会議所流通・地域振興部大島様が来所され、ヒアリング調査を受けました。</p> <p>＜担当者のコメント＞ 今月は、台湾でのガラス展実施に向けた準備、台湾側とやりとりの時間に多くが費やされました。</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＞ 11月22日～25日4日間、東京都の新ビル TOC 有明コンベンションホールに於いて「旭川家具コレクション 2006TOKYO」を開催した。この展示会はドイツケルンメッセの先行発表会と旭川家具のブランド訴求と新規プロユーザーの開拓を目的に地元家具メーカー17社が新作と話題作を中心に全500作品を展示した。 来場者は4日間で2,121名あり、家具の卸売・小売業と建築・インテリア業関係者63%、一般が20%と全体の80%を占め当初の計画を上回る結果となった。</p> <p>＜担当者のコメント＞ 今回は初めて東京で旭川家具メーカー単独での開催であり、4日間で2,121名の来場者があり、バイヤーやメディアの評価も良く成功したと考える。 また、同業者である家具製造業者297名(15%)と多くの方が視察に訪れ、熱心に製作者と話をしていた。</p>
3.	<p>弘前商工会議所【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＞</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 11月1日(水)16:00～21:00 メゾン・エ・オブジェ出展打ち合わせ 2. 11月8日(水)16:00～21:00 メゾン・エ・オブジェ出展打ち合わせ 3. 11月11日(土)11:00～13:00 メゾン・エ・オブジェ出展作品カタログ・HP用写真撮影事前打ち合わせ 4. 11月15日(水)10:00～22:00 メゾン・エ・オブジェ出展作品カタログ・HP用写真撮影 5. 11月20日(月)9:00～21:00 メゾン・エ・オブジェ出展作品梱包作業 6. 11月21日(火)15:00～16:00 メゾン・エ・オブジェ出展作品仕向け地発送 7. 11月22日(水)16:00～21:00 メゾン・エ・オブジェ出展打ち合わせ 8. 11月29日(水)16:00～23:00 メゾン・エ・オブジェ出展打ち合わせ
4.	<p>東通村商工会【「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】</p> <p>＜今月の事業実施状況＞ 11月21日(火)～25(土)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(か)さまい創出」プロジェクト、中国大連市展示・商談会等を開催しました。22日(水)は展示商談会を開催し、干し貝柱を使った創作料理8品を試食して頂き具体的に商談にはいりました。</p>

干しアワビ・干しナマコ、現在製作中のため見せてくることができなかったが、ジュラ紀湧水仕込み特別純米酒「祈水」を試飲していただいた。

いずれも高評価を頂いたところですが、値段の面で折り合いが非常に難しいなど難点も多く、また、約2,500万円のオファーがあったため今後詳細に詰め、成立に向け邁進する。

11月23日(木)～12月12日の日程で、東通村海珍美食節をフラマホテル独自で開催し、東通村野牛産ホタテ干し貝柱を使った8品を一般メニューと同様に売り込んでいる。お客様から大変好評を得ており今後引き続きホテルで使用して頂けるよう御願いしていくことにする。

今月は、部会・委員会がないため上記展示商談会のみ。



大連市内水産加工(なまこ)企業視察



試食展示商談会(大連フラマホテル)

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】

＜今月の事業実施状況＞

去る11月4日～5日、フランス・パリ「メゾン・エ・オブジェ」の主催者代表エティエンヌ コシェ氏をはじめとする運営団体(SAFI)の幹部3名が山形県を訪れました。メゾン・エ・オブジェは、世界中から約76,000人のバイヤー、マスコミが集まる世界トップレベルのインテリア・家具国際見本市で、主催者の厳格な審査を合格した約3,000社のみが出展を許されます。今年1月、「山形工房」は、同展示会の中でも最もグレードの高い「インテリアシーン」コーナーに単独出展を果たし、その独創的なコンセプトと製品群が、世界中のバイヤー・マスコミ、そして主催者から高い評価を受けました。このたびの訪問は、主催者のトップから「ぜひ山形工房の生産現場を見てみたい」というリクエストが発端となって実現したもので、幹部3人が揃って自ら足を運ぶというのは、極めて異例のケースとのことです。

訪問期間中、山形工房3社の現場視察、JAPANブランド実行委員会の特別指導委員である奥山清行氏の次回展示会(2007年1月展)出展プレゼンテーション、そしてカロツェリア研究会と山形商工会議所、山形県との意見交換会が行われました。エティエンヌ コシェ氏からは「伝統と現代性が見事に融合している。山形の職人さんは正にアーティスト(芸術家)だ。次回の展示会でも山形らしさを世界中に強く発信してほしい」と暖かいエールをいただきました。

山形工房は次回展示会で、インテリアシーンコーナーに6小間(前回の1.5倍)のブースを構え、鋳物、木工、繊維の製品約20点を展示する予定です。



<担当者のコメント>

世界トップレベルの展示会主催者から、2日間もかけ当県の現場視察をいただき、大変光栄に思っています。

また、それだけ本プロジェクトが世界から注目を浴びていることを大変嬉しく思います。

奥山清行氏の濃密な指導のもと、各社新製品の仕上がり具合も順調で、来年1月の展示会では、今年以上の成果が期待できるものと感じています。

6. 会津若松商工会議所【BITOWA FROM AZU】

7. 川口商工会議所【Casting Innovation 新・川口鋳物の創造】

<今月の事業実施状況>

【11月14日】

「技術士・地元企業・デザイナーによる打ち合わせ」

2月展示会に向けての試作品ラインナップの調整及び製作に係るタイムテーブル、次年度の量産体制の可能性などについて協議。

【11月15日】

「販促活動に関する調査／企業との打ち合わせ」

通販業者の掲載条件について情報収集を行った。併せて、市場での訴求ポイントなどについてアドバイスをいただいた。

【11月22日】

「デザイナーとの打ち合わせ」

今後の事業運営に関し協議。特に、事業コンセプト及び事業計画などについて検証するとともに、今後の課題などを抽出した。

【11月24日】

「展示会出展に係る視察」

本プロジェクトが出展を計画している東京ビックサイトで行われた「2006 東京国際家具見本市」を視察した。

【11月27日】

「地元企業・デザイナーによる打ち合わせ」

関連部材の素材の調整及び木型の作成状況やデザイン図面の作成スケジュールについて確認するとともに、実験データの報告を受けた。

【11月29日】

「JAPAN ブランドプロジェクト委員会」

展示会に向けた試作デザイン(ハンドルの形状、ラインナップ)、広報活動(パンフレット、ホームページ、展示会等)、そして「事業コンセプトを考える」をテーマに開催した。

展示会のデザインは次回委員会でおおむね決定、ラインナップは計4アイテム(それぞれ2カラータイプを用意)とすることとした。「事業コンセプトを考える」については、これまでのプロジェクトで「やり残したことの検証」「取り組むべき課題の抽出」「将来ビジョンの策定」を図ることを目的に、専門家を招聘(ブランド戦略のノウハウを有するデザイナーが兼任)した。



<担当者のコメント>

企業訪問では、「モノを売る」うえでの訴求ポイントに関するアドバイスが受けられ、たいへん参考になった。

今月の委員会でテーマとした「事業コンセプトを考える」については、全体の事業計画と現在のポジションを常に確認する意味でも、継続的な協議事項としたい。

8. 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-façonné(フジ・ファソネ)』】

<今月の事業実施状況>

第6回目となる委員会を実施。今回は、パリに在住するコーディネーターが来日しており、このコーディネーターを招聘し次回 TISSU PREMIER 展について協議した。

それにむけた製品開発も引き続き進行している。

前回、9月の TISSU PREMIER 展の際、Fuji Façoné ブースを訪れ、引き合いのあったメーカーから 100m のオーダーがあった。

<担当者のコメント>

9月の TISSU PREMIER 展でブースを訪れたメーカーから、今回オーダーがあった。100mという少量のオーダーであるものの、今年度 Fuji-Façonné をヨーロッパに売り込むエージェントの成果が早速出たといえる。

この他にも、追加のサンプルの依頼等は随時出てきているので、今後の取引にも期待したい。

9. 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>

◇「JAPAN BRAND at 三条・燕・加茂」

三条、燕、加茂の3会議所の JAPAN ブランド製品を展示しながら、バイヤー及び消費者に対し PR イベントとして開催。

- ・会期 平成18年11月28日(火)～12月2日(土)10:30～18:30 5日間
- ・会場 東京日本橋NICOプラザ#2(日本橋三越本店向かい)

会期中小雨の天候もあり人通りが心配され1日の来場者が200名までない日もあったが、5日間で1,092名が来場。来場者は通りかかりで立ち寄った方が多かったが、そのほかデザイナー、通販のバイヤーなども来場され取扱いを検討したいなど商談も数件あった。

12月1日には、泉田県知事が会場を視察され各会議所の展示品の説明、取り組み状況などについて担当者から説明を受け参加企業を激励された。

来場された方の感触として、三条の製品は男性の方の関心が高く、逆に燕、加茂の製品は女性の関心が高かった。また、それぞれの製品について製造方法・材質など一般の方からも専門的な質問が多く、伝統技術、製品精度など基本コンセプトを伝えることができたと感じている。



JAPAN BRAND at 三条・燕・加茂
(11/28～12/2 日本橋 Nico プラザ)

10. 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>

11月6日、第3回“enn”ブランド育成委員会を開催、予算変更と今後のスケジュールについて検討し、市場調査の参加者・試作品の撮影日を決定した。

日本橋三越前の新潟物産館において、11月28日～12月2日、三条・加茂商工会議所と共同で展示即売を行った。

12月1日は、プレスリリースを行い読売新聞本社の取材を受けた。



JAPAN BRAND at 三条・燕・加茂
(泉田知事来訪 12/1)

11. 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>

【検討内容】

- ・11/1 試作品チェック及び流通システムについて検討。
国際家具見本市に向け試作品の最終チェックを行った。
- ・11/7 NICO プラザ出展にかかる打合せ
スケジュール、分担の確認を行った。
- ・11/13 販売価格の見直し、流通システムについて検討。
「売れる」商品作りに向け、構造や製法、価格を再検討し一部を改定した。また、アイテムごとに製造担当メーカーを決めた。
- ・11/14 ケルンメッセ打合せ
発送スケジュール、ブースデザイン等について最終打合せを行った。



東京国際家具見本市出展
(11/22～11/25 東京ビッグサイト)

【その他】

- ・11/9～12/5 Table Design 展(新宿リビングデザインセンター)
- ・11/22～25 東京国際家具見本市出展(東京ビッグサイト)
- ・11/28～12/2 JAPAN ブランド at 三条・燕・加茂出展(日本橋 NICO プラザ)
(12/1 泉田新潟県知事視察)

※WEB サイトオープン(11/22) <http://www.kamocci.or.jp/kamo/>

<担当者のコメント>

- ・東京国際家具見本市では、ブース来場者も約 2800 人と反響は大きかった。今後、来場者の分析を行い、取扱店の選定を含め取引につなげていきたい。
- ・WEB サイトがオープンとなったが、運用についても工夫が必要である。

12. 岡谷商工会議所【岡谷絹<絶絹(あしぎぬ)>製品のブランド化事業】

<今月の事業実施状況>

絶絹諸紬の男性用ジャケット地、女性用ネックウェアの生地が織りあがり、仕立ても下旬には完成した。早速、海外展示会(フランス メゾン・エ・オブジェ2007)、国内展示会(JAPAN CREATION2007 A/W)準備のため、梱包して各会場へ送付した。



<担当者のコメント>

11月中旬までには試作品を完成させ、2回目の協議会を開催するなかで国内、海外の展示会に向けての戦略を検討する予定だったが、試作品の完成が遅れたため国内展示会后12月中に、国内展示会の報告を含めて第2回岡谷絹ブランド推進協議会を開催する予定。

13. 飯田市鼎町商工会【「飯田水引ブランド」世界へのはばたき】

<今月の事業実施状況>

- 11月 4日:東京 デザイナー有田昌史氏、コンサルタント和田直子氏、長岡力氏と湯澤事務局長がミーティング 有田氏にデザイン協力依頼 海外展開の戦略について協議
- 11月14日:第8回プロジェクト委員会 海外展開のコンセプト協議。デザイナー有田氏へのデザイン協力の内容確認。1月に商社社長とのミーティングを設定する。
- 11月16日:東京 デザイナー有田氏とメンバー2名がミーティング 水引の新活路についての意見交換
- 11月29日:第9回プロジェクト委員会 2月にパリ商社社長とその取引先を訪問すること決定。12月20日に東京でデザイナー有田氏とのデザイン協議の日程決定。

14. 福田町商工会
【FUKUDE コード・ルネッサンス MISSION~コーデュロイ(ブランド名 solbreveco)の世界への発信】

<今月の事業実施状況>

- 11/2 第5回リテール分科会
11/18-19 静岡市 クラフトアベニュー出展・インターネットテスト販売について
- 11/2 第4回プロモーション部会
現況報告・パンフレット作成・JC展示ブース検討・パブリシティ・市場調査方法・伊勢丹展示
インターネットテスト販売への参加等について
- 11/10 奈良県菟田野町商工会視察受け入れ
- 11/10 浜松市 (株)遠鉄百貨店社員教育工場見学受け入れ
- 11/10 第5回プロモーション部会
JC出展ブース検討・パンフレット作成・インターネットテスト販売について



クラフトアベニュー出展
(11/18~19)

- 11/17 第6回リテール分科会
クラフトアベニュー出展について
- 11/17 第2回 JAPAN ブランド委員会・繊維海外進出支援アドバイザー講習会
講習会: 篠丸康徳 繊維関連企画コンサルタント
委員会: 現状分析・今後の事業実施について
- 11/18-19 静岡市 静岡ツインメッセ クラフトアベニュー展出展、市場調査
- 11/21 ユナイテッドアローズ訪問、テキスタイル開発について検討協議
塩野秀三デザイナー訪問、アパレル海発について懇談



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>

11/21・22・30の3日間、欧州有名ブランドに提案するための2008SS(春夏)素材開発打ち合わせ、11社の企業訪問をしてもらいました。

<担当者のコメント>

2月のフランス・イタリア訪問に向けての、素材づくりのスタートです。

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>

「京都デザインウィーク」11月1日(水)～7日(火)アネックスビル(SOUSOU)

「有松鳴海絞 in KYOTO」11月28日(火)29日(水)京都産業会館

JAPANブランドブース(SOUSOU)と有松鳴海絞事業者の展示スペースや新作の浴衣などの展示スペース及び、絞りの実演コーナーなどがあり、有松鳴海絞りの魅力をアピールしていました。来場者は、京都の呉服及びアパレル関係の流通業者とSOUSOUの顧客及び一般の来場者を含めて、約500名弱の来場がありました。そうした中で、各出展事業者が積極的に商談を進める光景も見られました。



京都デザインウィーク
(11/1～7 京都アネックスビル[SOUSOU])

(有松商工会)



有松鳴海紋 in KYOTO
(11/28 ~ 29 京都産業会館)

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(リビング編)】

<今月の事業実施状況>

1. 商品開発の完了チェック (新商品開発品種数 72種類 400点)
商品別内訳: 家具16種、春慶塗14種、照明器具13種、陶磁器12種、繊維製品12種、和紙織物5種

商品開発の期限に間に合わせなければならないことが、各社とも開発に集中し、製品としての完成度をUPさせる結果になったことを痛感させられた。しかしながら、結果が出るまでの心中は決して穏やかなものではありませんでした。

2. カタログ掲載用の写真撮影

12月27日~29日の3日間かけて75カット分を撮影した。



3. 輸出手続と運送会社との調整

- ・梱包作業: 11月9日から什器・備品の梱包からスタート。すべての出荷品を高山に集結する。
- ・運送会社との調整2回、カルネ申請をする。あらためて注意事項の説明を受けた。
- ・パッキングリスト作成、(見積書提出、価格設定の相談、出品数の決定、梱包サイズ、梱包数、重量)

4. パリに向けて12月5日(火)高山を一括出荷 11tトラック満載 (40fコンテナ1本)

出荷内訳

商品名	商品点数	梱包数	容積 m3
什器・備品	297	136	45.7
家具	59	55	16.8
陶磁器	64	2	0.13
春慶塗	271	7	0.74
繊維製品	153	12	1.98
和紙の照明器具	23	9	3.62
商品のみ合計	570	85	
商品 + 什器備品	867	221	69.09

5. パリ現地スケジュール

出張者12人決定、ホテル・航空券手配済み、現地通訳4人依頼済

1/22日 日本出発 1/22パリ着

1/23日～24日:会場搬入・設営・展示陳列

1/25日～29日:展示会開催

1/31日 パリ発 2/1日本着

<担当者のコメント>

・出荷するまでが正念場であります。運送会社のプロから前回と違って実にスムーズでしたと言われましたが、実態はいろいろとあるものです。開発商品の出来栄がそれなりのものになって、撮影も商品の完成度がそのまま写しだされます。ともなってカタログも良いものができるという確信が得られました。

・無事出荷を果たしてホツとするまもなく、会期中のビジネスに欠かせない価格設定に向かいます。小口注文に対応できることを前提とした単価にすることを一番の基本にしなければなりません。同時に通訳にも徹底するための接客マニュアルと前回の反省を踏まえたアンケートを作成します。また、前回の来場顧客600件に対する案内状を発送します。会期終了後のアフターフォローの態勢を今から準備していきます。

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>

■専門家招聘

当紀北町へ専門家を招聘し、『JAPANブランド ザ たべきり』シリーズ商品の商品開発に関する提案とサンプル提供を受け、製造工程や味等これまでに指摘のあった研究課題について再検討した。

- 平成18年11月22日(水) 庄 司 仁 氏(商品開発)



	<p><担当者のコメント> 国内(横浜)・海外(台湾・台北市、中国山東省・済南市)での、実験店舗を用いたマーケティングリサーチ事業により収集した各種情報を考察。「売れる商品づくり」のためには、開発意識の改革をはじめ開発設備の充実や開発技術の向上等の必要性について指導を受ける。まずは、既存商品の加工技術等を検証中。</p>
19.	<p>輪島商工会議所【「出会い」創造プロジェクト—輪島から感動を伝えたい—】</p>
20.	<p>能登町商工会【『能登の醸し』ブランド発信事業】</p> <p><今月の事業実施状況></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 来年3月のNY展示会出展に向けた打ち合わせの開催と研修会への参加 ● WG委員会の開催 ● 当町広報への情報掲載 ● 全国見本市への出展 ● 「いしり」ディナーショーの企画立案
	<p><担当者のコメント></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 来年3月のNY展示会出展に向けた打ち合わせの開催と研修会への参加 伝統的な日本食に執着するのではなく、グローバルな料理の食材として試して頂くアプローチがマーケットの拡大を期待できるだろう。日本人が持つあらゆる固定観念や偏見を捨て、使い方は外国人に任せるべきであろう。そうすれば可能性は広がるのではないかと思われる。 ● 広報への掲載 積極的に「いしり」を売り出したい商工会側と、それほど積極的でない生産者・住民側とで意識のギャップが存在している。いかに商工会ががんばって旗を振っても、それに生産者や住民がついてこなければ町の活性化にはつながらない。今一度「いしり」の良さやすばらしさを生産者・住民に理解してもらうため当町広報に「いしり」の特集を20ページにわたり掲載していただき、町内 8,200 世帯弱に配布した。 ● 「いしり」ディナーショーの企画立案 ニューヨークにおける有名日本食レストランに『いしり』を使った料理を用意していただき、それをニューヨークのトップシェフをご招待して、食していただく企画である。 このディナー企画を実施すればトップシェフの方々に『いしり』を知って頂く良い機会になり、しかも広く日本、アメリカ等一般の多くの人々に対しても『いしり』の認知度を一挙に高めることができるのと確信している。 現地協力者のネットワークを使つての実際のディストリビューションに関するアドバイスやサポートも可能であると考え、この企画を実施することは『いしり』を普及する上で非常に効果が大きいと思う。
21.	<p>山中商工会【YAMANAKA ブランドの確立】</p> <p><今月の事業実施状況></p> <p>11月2日 石川県とNY国際レストラン&フードサービスショー懇談会 11月10日 NY山中漆器展示会会議 11月8日～14日 新宿 伊勢丹 NUSSHA フェア開催 11月16日 トミタデザインとの NUSSHA 事業参加7社の商品開発個別打ち合わせ 11月17日 NUSSHA メンバー会議(9人出席) ・国内事業経過と今後の計画 ・9月メゾン&オブジェ報告と2007年春の欧州見本市出展計画</p>

- 11月18日 経済産業省ロビー展示 終了
- 11月21日 NY山中漆器展示会出展者公募開始
- 11月28日 NUSSHA メンバー会議(3人出席)欧州新規ディストリビュータの取り扱いについて
- 11月29日 石川県とNY国際レストラン&フードサービスショー懇談会

<担当者のコメント>

NUSSHA ブランドの国内展開については取扱店舗も増えつつあり、順調に推移している。海外市場についてはローマの新規ディストリビュータとの取引に向けて交渉中であり、イタリアの国際見本市出展を含めて欧州市場における NUSSHA ブランドの露出拡大を目指す。

来年3月のNY山中漆器展示会に向けての準備作業を進めている。

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】

<今月の事業実施状況>

- ・11月7日~10日香港オプチカルフェアに出展。商談を行なった。
- ・11月16日第5回プロジェクト委員会を開催した。
- ・11月29日~30日 THE291 広報パンフレットを作るため、東京の業者ロアの取材。

<担当者のコメント>

・展示会は昨年に比べ受注に繋がる割合が多くあった。これで IOFT、シルモにつづいて受注があったことになる。

しかし、一部の商品だけに限られる。やはり、商品か？

・今回は前回のプロジェクト案に基づいた取り組み、開発についての話し合いの予定だったが、参加者が前回のプロジェクト案の理解が不十分で再度田中コーディネーターに説明をしてもらう場面があった。

参加者はもっと真剣に取り組んで欲しい。

23. 京都商工会議所【KYOTO PREMIUM】

<今月の事業実施状況>

- ・11月1日 第2回プロジェクト委員会
メゾン・エ・オブジェ出展計画、広報・プロモーション計画等について諮った。
- ・11月1日 第4回ワーキング委員会
展示品船便輸送要領、広報・プロモーション計画等について検討した。
- ・11月1日 輸出ビジネスセミナー
元 JETRO 海外輸出アドバイザーの山本陽一先生をお迎えし、セミナーを開催した。
- ・11月8日 開発商品プレス発表会 in TOKYO(代官山ヒルサイドテラス)
- ・11月14日 開発商品プレス発表会 in KYOTO(京都商工会議所)
- ・11月22日 展示品(船便輸送分)発送

<担当者のコメント>

・メゾン・エ・オブジェ出展可否の連絡は11月初旬に届いたものの、小間割は12月まで確定しなかったため、ブースデザインが進まなかった。

・プレス発表会には、東京・京都あわせて、計200名ほどのプレス関係者およびバイヤーにご来場いただくことができた。

・「メゾン・エ・オブジェ」では、希望通り、hall 5B インテリアシーンに出展することが決まった

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>

今月は、委員会はなく、パリでの展示会に向けて個別に動く月となった。

10月までのワーキング委員会の決定事項に基づき、空間デザイナーは、各事業者の事業所と商品の確認のために事業所訪問を実施し、出展に向けての指導を行った。また、コーディネーターが会場となるパリ市内のホテルの確認、並びに現地コーディネーターとの打ち合わせとオートクチュールブランドデザイナーへの事前周知のために渡欧した。ホテルについては、日程の急遽変更などで2度変更しており、今回のホテルについてはコーディネーターもあまり知識はない模様。会場となるホテルについては施設・応対とも良好との報告があったが、オートクチュールブランドデザイナーへの事前周知活動の中で、立地場所に問題があり招待客への悪影響があることが確認された。そこで、急遽コーディネーターに代替の会場を探してもらうこと、それをもとに12月初旬に第8回のワーキング委員会を開催することが決定した。

<担当者のコメント>

日程・会場が決定し、広報のための招待状の準備なども進んできた中で、会場変更という思わぬ事態となった。海外での事業の難しさを改めて実感する。様々な方の支援なしでは実施できない事業である。

25. 一宮町商工会【～Kosai Aroma～香りの文化を演出し「あわじ島の香司」ブランドの確立】

<今月の事業実施状況>

●試作品開発

- ・香立(中)3種類完成(白・茶・緑)
- ・香りのペアストラップ(コーン2個入16種類)
設計図が完成、本体の色を決定し型の製作に移る。
- ・ディスプレイケース(桐)試作品作成

●英仏版リーフレット作成 外国人及びパリ展示会出展にあわせて作成

●「あわじ島の香司」商品チラシ作成

●全国ふるさと見本市出展 11/28～11/29 池袋サンシャインシティ



全国ふるさと見本市出展
(11/28-29 池袋サンシャインシティ)

<担当者のコメント>

試作品が徐々に揃ってきたので、あわせて販促ツールの作成も検討する。先月パリで行った現地商社との商談を継続しつつ、フランスでの販売計画や展示会の出展方法等の事業展開を協議していく。

26. 御坊商工会議所【木の国「置き和室」国際ブランド化プロジェクト】

<今月の事業実施状況>

11月度は、12月のロス・パリ海外展示に向けた海外展示試作品が完成。今年度事業における製品改善の目途が立つ。本完成試作品をベースに、海外展示準備を進める。海外展示PRについては、今月製品・展示物などの準備が終了し、海外へ出荷。一応、海外展示PRは、現地での展示のみになる。

製品改良については、九州大川製作分の半畳タイプ試作品が完成。委員会で検討に入る。すでに先行して完成している丸紀分との製品すり合わせが課題となっている。

11月10日第4回本委員会実施。製品改善の進行状況確認。試作品のすり合わせによる製品アイテムを整理する。同時に、海外展示PRの具体的展開内容について確認し、承認する。

	<p><担当者のコメント> 当面の課題である海外展示PRは、展示製品・関連展示物の海外出荷により、一応一段落がつく。ほぼ製品改善・海外展示PRは順調に推移しているといえる。今後は、テスト導入や地元製造・販売組織の構築などマーケティング展開への注力が求められている。</p>
27.	<p>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> <p><今月の事業実施状況> (1)松江市長表敬訪問 記者クラブへの広報 (2)13日～22日渡米「イベント(菓子バー実演・広報活動・価格調査)」 第1班 13～19日、第2班 15～22日 イベント日 15～16日 レストラン日本・そば日本にて嗜好調査、広報活動(菓子バー) 17～20日 サンライズマート(ソーホー店)にて実演販売、価格調査、広報活動 (3)29日 実行委員会 渡米イベント結果報告</p> <p><担当者のコメント> (1)今回のイベントのねらいは、従来とは違い一般の消費者がNEW松江菓子に対してどう評価するかを調査することにあった。従って、イベントへはマスコミに限り招待しPRしたが、レストランやスーパーマーケットの顧客のみを対象にしたが、予想以上に好結果であった。 (2)菓子だけを単独で売るについては限界がある。お茶や寿司、日本酒などの物産に合わせて日本文化をセットで販売していきたい。</p>
28.	<p>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>
29.	<p>熊野町商工会【「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】</p> <p><今月の事業実施状況> 11月10日 第5回試作品開発・評価会議 ・試作品開発商品再試作発表 ・検討・協議後新商品として了承⇒新商品完成 ネーミング決定“心の風に 筆が舞う” FU-DE dances to the wind of the heart 展示会キャッチネーム決定 FU-DE dances to the wind of the heart JAPAN KUMANO</p> <p>11月21日 第10回実施委員会 ・新商品に関するすべての決定事項の承認決定 ・アメリカ2展示会出展現時点事項の承認決定</p> <p>熊野町商工会URL: http://www.shokuma.or.jp</p>
30.	<p>高松商工会議所【「6jo」(ロクジョウ)ブランド確立事業】</p> <p><今月の事業実施状況> JAPANブランド育成支援事業 暮らしを楽しくする道具をコンセプトに開発した「6jo」ブランド商品の巡回展 「欲しかったモノできた展」を開催</p>

	<p>◆巡回展示会「欲しかったモノできた展」</p> <p>日時 平成18年11月22日から25日までの4日間</p> <p>場所 東京ビッグサイト(東京国際家具見本市)</p> <p>9名のクリエイターが開発した代表作品30点を展示。 貿易業、百貨店・量販店、家具卸業、インテリア関連業、一般等約2,000名の来場があり、商品への関心は好意的で高い評価を得た。</p>
31.	<p>東かがわ市商工会【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】</p> <p><今月の事業実施状況></p> <p>◆JAPANTECH2006 インテリアトレンドショーに出展</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 開催日程 平成18年11月22日(水)～25日(土) 2. 開催場所 東京ビッグサイト 西展示ホール4F 3. 出展品目 ブックカバー・折り箱・テッシュボックスカバー・スイッチプレート
32.	<p>福岡商工会議所【21世紀博多織 JAPAN ブランド】</p> <p><今月の事業実施状況></p> <p>11月16日幹事会。19年1月24～28日の最終成果発表会(展示会&ファッションショー)を決定。地元公募デザイナーおよびゲストデザイナーによる博多織ドレスなどの新作品ファッションショーと消費者モニター調査を反映した新しいデザインのバッグ試作品の展示発表を行う。海外市場調査については、現地受け入れ態勢の遅れもあり上記発表会終了後の1月末～2月初旬にかけて実施。 著名デザイナーISHIGURO NOZOMI 氏や異業種(ステッキ)とのコラボによる作品を報告。</p> <p><担当者のコメント></p> <p>ステッキについては、日経・朝日新聞にも取り上げられ、その後消費者からの問い合わせも増え、12月に商用生産に入ることとなった。</p>
33.	<p>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> <p><今月の事業実施状況></p> <p>11月2日 小泉デザイナーと製作事業所との製品チェックを行い、製品化の協議を行う。</p> <p>11月13日 新ブランド開発ワーキンググループ会議で、JAPANブランド事業に関する商品開発のスケジュールの中で、パリで展示する商品は、全てを統一のイメージで作ることを決定した。また、パリ展示会の出展について、場所等が未定のためジェットロに確認を行うこととした。 この確認の中で、パリ展示会主催者の意向で家具に関しては、メゾンエオブジェの会場ではなく、プラネットムーブルパリでの展示をお願いしたい旨の返答があり、事業者と確認を取り承諾することとした。また、小間は6m×9mのレイアウトで進めることを確認した。</p> <p>11月29日 パリ展示レイアウトチェックを行う。設営と商品を実際に展示し確認した。 輸送と輸出関連の手続きを進めていく。</p> <p><担当者のコメント></p> <p>パリ展示会に向けた商品の開発が11月で完了した。また、展示レイアウトについても現地での設置ではなく、地元で製作し、これをパリまで輸送することで、より展示効果を高めることとした。</p>

34. 広川町商工会【古くて新しい！新風久留米緋ブランド化事業】

＜今月の事業実施状況＞

11月9日実行委員会にて国内、海外の出店準備について確認した。ティッシュプルミエ展(フランス リール)については、小谷律子氏を招いて説明を受けた。またフォトエッセイ集の進捗状況を説明し、審査委員、方法について決定した。冊子はIFFに間に合うように制作することになった。工程パネル、リーフレットについても仕様を決定した。試作品の制作の進捗状況を確認、一部制作が若干遅れるものの、展示会までには準備出来ることを確認した。卸商組合の事業参加協力要請を行うことを決定した。これらを受けて、若手部会を14日、21日、28日に若手部会を開催し、具体的な作業を行った。11月10日、小谷氏、11月6～7日ミリビスの多賀氏、デザイナー西脇氏が工房巡回を行い、久留米緋の理解を深める。

＜担当者のコメント＞

生地制作が遅れているためファッション試作品の制作がタイトになっているものの、ほぼ計画どおりに進んでいる。展示会を控えて若手を中心とする活動が活気にあふれている。

35. 苓北町商工会【CERAMICA AMAKUSA 天草陶石・陶磁器ブランドプロデュース事業】

＜今月の事業実施状況＞

○11月3日(金)～5日(日)「第12回くまもと物産フェア」に出展

場所「グランメッセ熊本」県商工会連合会主催。県下唯一のJB事業として、県民に広くPRし来場者の反応をみる目的で出展。

3日間で約2万人が来場。特に鶴田陶板や照明に反響があった。テレビ各局もニュース放映。

○11月18日(土)19日(日)「JAPAN EXPO 2006」出展

場所「アメリカ ロサンジェルス コンベンションセンター」

海外での初めての展示会出展。20日(月)には、現地県人会との交流会も開催。

また、現地JETROや総領事館も訪問し、事業の説明及び天草陶磁器のPRを行い、今後の事業展開についてアドバイスや事業者の紹介を受けた。

展示会では、現地在住日本人や日系人、米国人などさまざまな方が来場された。

出展者相互の情報交換など今後の展開につなげる可能性も残すことができた。

鶴田一郎原画陶板や照明、マグカップ、焼酎カップ、オブジェ、飯碗など特に興味を示した。



＜担当者のコメント＞

初めての海外出展で、天草陶磁器や天草陶石の知名度の低さをあらためて感じ、逆にそれをアメリカ人に大いにアピールできたことは誠に有意義であった。

36. 大分県商工会連合会【Harb&Harvest Oita プロジェクト】

37. 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】

＜今月の事業実施状況＞


・11月16日に第4回ワーキング会議を開催。今回から新たにこの事業に参加することになった2業者((有)興紬商店・(株)夢おりの郷)を紹介し、新たにワーキング委員に加わってもらった。

議題は、(1)ウィーン海外市場調査について、(2)海外展示会について、(3)スケジュールについて、(4)試作品について検討。

(1)については地元コーディネータの鈴木氏より10月29日～31日までウィーンの市場調査について報告があった。

(2)・(3)の海外展示会並びにスケジュールについてフランス・パリでの展示会はNEXTMOVEで平成19年1月16・17日に独自の展示会を開催し、コーディネータはIB Projectsの和田直子氏に決定。ウィーンについては鈴木氏の報告に基づき昨年お願いしたエベリン・ラクナー氏にコーディネータをお願いし、展示会については1月26・27日にウィーン応用博物館で開催できるようエベリンさんに交渉してもらうことにした。また、国内展示会においては、平成19年2月17・18日の2日間、東京かごしま遊楽館で開催。(4)試作品については12月1日までに海外出展リストを事務局に提出。12月8日に実行委員会並びにワーキング委員会を合同で開催し、その後、海外展示出展品について記者発表をし、県内外にPRすることにした。

平成18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(1年目)案件:2006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.	札幌商工会議所【スイーツの街・札幌 ブランド発信事業】
2.	<p>盛岡商工会議所【南部鉄器フォー・ユーロ・ブランディング事業】</p> <p><今月の事業実施状況></p> <p>11月26日～12月2日の日程で、フィンランドからタウナ・タルナ氏(フィンランド・メス社のデザイナー・プロダクトマネージャー)を招聘し、タルナ氏による市内鉄器工房9社の南部鉄器製造工程の視察並びに南部鉄器製作者との意見交換を行ない、新製品デザインの際の参考に供した。</p> <p>11月27日に第2回委員会を開催し、委員とタルナ氏との意見交換を行なった。</p> <p>タウナ氏は、盛岡での視察・意見交換等を通して、南部鉄器製作者の技術・芸術性の高さに感銘を受け、来日にあたって持参したデザイン案に盛岡で得たアイデアを盛り込んで修正した3アイテムを提示した。</p> <p>タルナ氏から今回提示を受けたのは、横のラインを文様として配した量産品の鍋、湯釜の製造技術を利用した高級品の鍋、オープンから出して食卓に出すふた無しの食器の3アイテムである。</p> <p>3アイテム以外については、帰国後、盛岡で得た新しいアイデア等を反映させてデザインを行い、提示を受けることとなった。</p> <p>今後、タルナ氏のデザインについて、試作企業の調整、技術的な検討、モデリング等を行い、フィンランドデザインによる南部鉄器の新製品の試作に取り組む予定である。</p>
	盛久工房を視察するタルナ氏
3.	<p>菟田野町商工会【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】</p> <p><今月の事業実施状況></p> <p>化粧・エステサロン部会</p> <p>昨年、一昨年に取り組んだ、社会環境や人体に優しい鹿皮の“なめし技術”の開発で鞣製された鹿革を使って試作した化粧マスク、デコルテ、洗顔パフなどの試用機能性評価を、エステサロンの専門化委員から評価を聞く。また素材分析を検査機関に依頼する為の、検査データ依頼項目の検討を行う。</p> <p>専門化委員が“美容と健康”をテーマにした世界大会での講演会と展示会の感想を報告。</p> <p>キャッチフレーズプランニング、ネーミング、ロゴマーク策定に伴うタイムスケジュールの確認。</p> <p>先進事例視察・化粧・エステサロン部会委員が、静岡県磐田市 福田町商工会を視察</p> <p>コーデロイとベッチンの高付加価値化とブランド戦略として JAPAN ブランド事業に17年度、18年度取り組まれている。</p> <p>その取り組み事業内容や大手服飾メーカーとのコラボレーション、シンボルマーク、ネーミングの意味、ブランド管理活用法、参画企業との協働 etc..について話を伺い、意見交換する。</p>

<担当者のコメント>

残された3ヶ月間で、服飾雑貨部会での試作品開発、事業全体のキャッチフレーズ、ネーミング、ロゴマーク策定、広報パンフレット作成などブランド化に向けた事業の展開と、情報発信としての東京インターナショナルギフトショー出展がある。

本年度の事業成果が、来年度に向けての販路拡大の大きな礎となる事に期待を寄せている。

4. 泉佐野商工会議所【泉州こだわりタオルブランドの構築】

<今月の事業実施状況>

JAPANブランド実行委員会

11月2日(木)14:00~15:00 同実行委員会を開催、(1)同事業の進捗状況について、(2)今後のスケジュールについて協議を行った。(1)進捗状況については、委員会や泉州タオルの日キャンペーンなどの報告と、森専門家委員より、ブランドビジョンの中間報告、尾原専門家委員より試作サンプルをもとに試作の状況報告などを行った。今後のスケールについては、展示会の開催、見本市出展について説明された。業界団体である重里委員より、展示会他取組の「継続」、試作開発品の「試販」、業界への「人材育成」などタオル業界として重要であると説明された。

泉州こだわりタオル開発委員会

11月13日(月) 委員並びに試作者の出席により開発委員会を開催、(1)展示会会場役割分担、(2)アンケート調査、(3)販路開拓について協議を実施した。

(1)会場役割分担では、委員並びに試作者により来場者への対応やアンケートへの対応について分担を決定した。(2)アンケート内容については、尾原専門家委員より内容(案)の提示をいただき、また、事務局より、モニター求評品アンケートの内容について提示され決定した。(3)販路開拓については、試作企業による販路開拓、組合窓口による販路開拓など種々意見が出され、小委員会を設置し検討することとした。その他、事務局よりパンフレットは、16日に納品される旨報告された。

「泉州こだわりタオル展」

11月18日(土)~19日(日) 11:00~19:00 クリスタ長堀 滝の広場

今回、試作開発商品の、初披露となる展示会です。

17日、会場設営を実施、両日とも、会場が混雑するほど多数のご来場をいただき大盛況であり、商品に対する反応も大変良いものであった。今後、継続的に流通提案により、実需への取組を実施予定である。また、アンケートも当初2日間で2000程度の予定であったが追加分もなくなり両日で約2,300部の回収を行った。モニター用求評品も全商品依頼することが出来た。



泉州こだわりタオル展(11/18~19)

PR事業

「泉州タオル」のポスター、タオル用ラベル、袋が完成し、大阪タオル工業組合員に配布し展示会に合わせ「泉州タオル」の発信を行った。

ポスターは、組合員その他、地元行政(庁舎、学校他)、金融機関、関西国際空港、企業などに依頼し、地域ブランドとして、地元発信に取り組んでいる。

また、「泉州こだわりタオル展」ポスターは、展示会に合わせ11月13日~19日まで、大阪難波駅及び地下鉄30駅にも掲示を行った。パンフレットは、展示会により活用し、今後、百貨店、流通に対し送付しアピールを実施する。

「泉州こだわりタオル」講演

大阪府立佐野工業高等学校より同校2年生(約260人)へのキャリア教育の一環として、「泉州こだわりタオル」の取組について講演依頼があり、大阪タオル工業組合 重里理事長が講師となり、(1)タオルの歴史、(2)良いタオル、(3)泉州こだわりタオル、(4)求められる人材などについて講演を行った。

<担当者のコメント>

展示会は、大盛況であり、タオル業界にとってのものづくりへの評価を得た結果と考えている。今後は、それら商品により、如何に販売に結びつけるかが重要であり、難しいと聞くと、タオル業界からは意欲を感じている。

5. 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>

「神戸ブランド Meets 上海プロジェクト」運営委員会

日時:平成18年11月13日 午後1時15分~2時30分

場所:神戸商工会議所3階 特別会議室A

出席者:小田委員長、正木氏(田崎委員の代理)、高田委員、山本委員、中村委員、坂本委員、西川委員、中西委員

内容:(1)今回のプロジェクトのプロデューサーでもある高田委員から、事業企画書に基づいて上海のファッション事情やメディアとのタイアップの仕方、既に中国市場に進出している企業の様子、出展する企業のメリットなどについて説明。出展料に関しては、1ブースあたり6割の補助を行うことにした。また、ブースを複数の企業で使えばさらに出展しやすくなる。商標調査に関しては、通常3万円程度かかるが補助を利用する事で半額にする事は可能である。

(2)ブランド戦略に関する意見交換を行った。

- ・上海では「神戸」はほとんど知られていない。また、雑誌に日本のブランドが掲載されているものの、現地に進出していない会社がほとんどなので、今回のプロジェクトでは最終的に神戸ブランドのショップを展開することを目指したい。
- ・JAPAN ブランドの制度は3年の事業だが、継続するためには1年目、2年目、3年目でそれぞれ具体的な目標を設定し、是非とも成功させようという意識を持って取り組まなければならない。



<担当者のコメント>

出展料に関する補助割合などが具体的に決まったので、参加を希望する企業を募っていきたい。現時点では無名の「神戸」というイメージをいかにして定着させるかが課題になる。

6. 今治商工会議所【Imabari タオルプロデュース ~「新 Towel ライフ」の演出~】

<今月の事業実施状況>

第2回JAPANブランドサブプロジェクト活動専門部会

日時:平成18年11月6日

場所:テクスポート今治

出席者:インタープランニング(有) 富山達章氏、今治市、繊維産業試験場、高等技術専門校四国タオル工業組合、商工会議所

内容:産地構造改革、人材育成、輸出振興、新商品開発、今治タオルブランド推進の各専門部会に分かれて協議した。

ロゴマークプレゼンテーション

日 時:平成18年11月21日 場 所 (株)サムライ

出席者:佐藤可土和氏、富山達章氏、名児耶秀美氏、鵜飼麻方氏、宮城壮太郎氏、松田朋春氏、ひびのこづえ氏、四国タオル工業組合、今治市、商工会議所

内 容:佐藤可土和氏よりロゴマークの提案があり、出席したデザイナー、クリエイター等で検討した。

7. 中芸地区商工会【「魚梁瀬(やなせ)杉」再生プロジェクト】

<今月の事業実施状況>

11月14日 Monacca ワーキング

1. 100%DESIGN TOKYO について
2. デザイン等改良について
3. アンビエント出展について

同日 委員会

1. ワーキングでの協議内容の報告。
2. 新商品開発への協議。



<担当者のコメント>

Monacca に続く新商品の開発ワーキングを立ち上げる事が決定したので、今後このワーキングの方向性を整理していきたい。

平成18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:2006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>能代商工会議所 (木材製品)</p> <p><今月の事業実施状況> 今月(11月)の実施状況</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 11月6日(月)、11月22日(水)第4・5回「ワーキンググループ打合せ」をプラザ都にて開催。 2. 11月15(水)～17日(金)東京で開催の展示会「日本最大の住宅・建築(建材)関連見本市 in 東京ビックサイト」の視察研修会を実施し、のべ23名が参加、ブランド化に関して、非常に参考になった。 3. 11月22日(水)。第3回委員会の開催、ゲストを招へいし、講話・勉強会を実施。 ゲストスピーカーに、原田浩司氏(財)秋田県木材加工推進機構・科学技術コーディネータ(山佐木材(株)東京営業所長)を招き、講話を聞き、秋田スギのブランド化について意見交換、その後、各事業の進捗状況を報告・協議し、今後の事業について意見交換を実施した。(第3回全体会議) <p>来月以降の事業実施予定</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 調査事業の一環として「秋田杉のイメージ調査・アンケート調査」を実施、委員5名で聞き取り調査を実施。 その調査結果をベースにした「秋田杉について」の動向並びに分析について協議する。 2. 2月5日(月)午後2時～、最終の委員会(第4回)を開催予定。ゲストを招へいし、勉強会を実施。 ゲストスピーカーには、杉を活用したプロダクトデザインの研究者で、日本全国スギダラケ倶楽部で活躍中の秋田美術工芸短期大学の産業デザイン学科の菅原香織先生を招へいし、秋田スギのブランド化とデザインについての講話を聴講する。また、各事業の進捗状況を報告・協議し、今後の事業についても意見交換を実施する予定。(第4回全体会議)。 3. 第6回(12/21(木)午後1時30分～、於:プラザ都)、の「秋田杉ブランド推進委員会ワーキンググループ打合せ」を開催、又、必要に応じて7回目も開催する。さらに事業報告書のまとめについて協議する。 <p><担当者のコメント> 直面した課題とその対応状況:3点について記入</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランド化の確立の為に、何か形に残るものを想定する必要があると検討している。 ・秋田杉のイメージ調査を実施、その報告書を作成中。 ・秋田杉の木造住宅と、その構造等の普及が必要で、また、公共住宅の木造化も検討する。
2.	<p>宮城県商工会連合会 (木地玩具、漆器の融合)</p> <p><今月の事業実施状況> 11月18日(金)</p> <p>第3回ワークショップで本事業のコンセプトを検討、大筋で合意を得た。 12月21日開催の戦略策定委員会で桂委員長が中心となり委員に対しプレゼンを行う。</p> <p>(1) 桂委員長より、資料「Japan Brand Concept」に基づき説明。 【提案されたコンセプトのポイント】 前回提出したものは「製作コンセプト」が中心であったが、今回は“LOHAS”の概念を盛り込み総合的な提言。</p>

夫々の特質あるパーツをジョイントすることによる独自性
 “プラスの概念”により他にはないものを表現する。
 「遊びの感覚」を取り入れいろいろなバリエーションを提供。
 「積み木」をイメージした今までにないものの表現。
 当初は見本市をターゲットとした「展示映え」する商品中心の展開 ブランド訴求
 オーソドックスな商品展開
 「とんがっている」感覚を刺激する要素を持たせることにより、かなりの特徴を出して訴求。
 ターゲットとして、LOHAS の生活に賛同する層を目論む。
 (2) 梅田委員より、別添資料に基づき説明。
 【提案されたデザインのポイント】
 ワイングラスやピアマグなど、生活関連商品の提案。
 形状もしくはデザインに「鳴子らしさ」を残す。

3. 梁川町商工会 (ニット製品)

4. 足利商工会議所 (雲井織)

< 今月の事業実施状況 >

11月2日(木)、足利銘織創造研究会(足利ブランド準備委員会)を開催し、JAPAN ブランド先進地視察研修会の実施、地域ブランド講演会そして最後に前回引き続きによるリーディングプロジェクト作成に向けた意見交換が行われた。

視察研修会の実施について

JAPAN ブランド事業で成功している山口県萩市の「竹 meet フィンランド」事業の取り組みを視察することとなった。案内は、銘織研究会メンバー(オブザーバー含む)と繊維部会担当の横堀副会頭のみすることとなった。会費は1万円。足利から羽田空港までの往路の交通機関は、足利中央観光バスとする。

地域ブランド講演会の開催について

12月13日(水)午後3時～足利商工会議所本部事務所において開催。
 対象は、会議所全会員に対して「足利ブランドを高めるためには今何をすべきか、どう思われているか」をテーマにブランド総合研究所の田中氏を講師に迎えて講演会を開催する。

リーディングプロジェクトの作成について

まず、中島専務理事から、JAPAN ブランド支援事業についての意見を述べた。この事業は世界で通用するブランドづくりであること、地域の土産品ではなく「足利銘仙」のような強力なものがないとすればならないのではないかと、是非世界で通用するブランドづくりを目指してほしい。

(以下その他リープロ案)

フランスのリヨン市はグルメの街。古い建物の中で最新の料理を着物を着て食べる街。足利ヘイタリアのシェフを呼んでイタリア人に巻織汁を作ってもらおう。ここでいう着物とは、着物のワンランク上にして提案したほうがよいのではないかと。

渡良瀬サンセットジャズフェスティバルの開催

渡良瀬川の夕日はきれいなので屋形船をだして渡良瀬橋を下から眺めたい。渡良瀬川はシチュエーションで使いたい。

フロシキの開発。徹底的に付加価値を高める必要がある。徹底したもの他の地域にはなく誰でも出来てはブランドにする意味がない。

彦星コンテストの実施。テーマ:粋なオトコの街足利。審査員には、芸能人のピーコを参加してもらおう。カップルで着るゆかたがあるとよい。2人並ぶときれにみえる等。

その他、雲井織でできたテーブルクロス、料理の時に使う前掛け、カーテン、暖簾など。

	<p><担当者のコメント> 今後のプロジェクトの方向性に少し疑問を感じる。世界に通用するブランドづくりが最終目標であるはず。</p>
5.	<p>鹿沼商工会議所（建具）</p> <p><今月の事業実施状況> 11月25日~12月2日 海外市場調査を実施。 ・訪問先 フィンランド(ヘルシンキ市、ツウルク市) ・調査項目 家具販売店、寝具販売店、一般小物類販売店等における類似製品市場調査、販路開拓モデル検討、プロモーションスタイル検証、タイムテーブルの確認及び実際の商取引の実現</p> <p><担当者のコメント> 鹿沼の組子技術を普及、ブランド化し EU への進出を押し進めるため、フィンランドをゲートウェイとし、鹿沼組子・木製品と日本文化をブレンドした海外進出ビジネスモデルを構築するために海外市場調査を実施した。 持参した商品の中で一部興味を示したものがあつた。</p>
6.	<p>糸魚川商工会議所（ヒスイ）</p> <p><今月の事業実施状況> 10月末から11初旬 各自自己見学 ヒスイの宝石以外利用の参考のために、群馬県沼田と横川にある石をモチーフにした観光施設と製造小売店舗見学を行ってもらつた 委員各自ボランティア実施 11/8 第6回ヒスイブランド推進委員会 1) ヒスイと観光関連施設見学(自己負担事業)についての意見集約 (群馬県沼田と横川の石をモチーフとした観光施設A地と製造小売店舗B店見学についての委員所見集約)</p> <p>店舗施設の概況</p> <p>A地は沼田インター近くで年間120万人の入り込みを得ているテーマパーク。 周辺にめだつた観光地ない。但しりんご園は近接して、遠くに草津、軽井沢といった有数の観光地を持っているので、通過交通はある程度のボリュームを持っていると思われる。施設は石をモチーフに店舗、食堂、アミューズメント、展示と一箇所で観光を完結している。土産品、みやげ物レベルの石の工芸品、アクセサリーが売られている。ボリュームはかなり多い。</p> <p>B店は旧の硝子工芸館を買い取り今流行の健康に良いとするトルマリン系や、ゲルマニウム系の商品を主力に輸入加工販売を行っている。現在観光地でなくなつてしまつているが、松井田インターからも程近く、客は首都圏を中心に効能のある石を目指してリピーターも多いという店である。宝石レベルのものはないがアクセサリー的なもの、貴石などもあつて店舗は大きく、石の在庫量もかなりとみえる。営業としてはゲルマニウムなどの温浴施設用に業者買いがあつて現在採算取れているとのこと。</p> <p>委員所見集約</p> <p>B店では外国のヒスイと思われるものや、糸魚川ヒスイかと思われるものも安い値段で置いてあつた。ほとんど加工されておらず、加工してあるものは中国の市場にあるような数百円レベルのもの。宝石の範疇ではない。</p> <p>A地ではミャンマー産と断つてヒスイのアクセサリー類が数十点お置かれていた。 いずれも土産品のレベルであつて、宝石として石を扱っているものではなかつた。しかし観光素材として見たときは現在、健康やパワーストーンのブームであつてそれなりに消費者をひきつけている。</p>

2) 中国国内での消費者アンケートの必要性について

国内の消費者アンケートについては追加実施したが、中国でも同様の調査を小規模でよいから行うべき。この意見に委員の賛成多く、追加調査行うこととした。急ぐため手づるある大連近辺で行うこととした。

3) 次回委員会の開催について

12月8日 に開催

市場調査の中間資料の検討について 外の予定

<担当者のコメント>

宝石以外のヒスイや他の貴石などの活かし方、また観光との結び方で参考とするため近隣の施設店舗を見学した。宝石以外の利用となると、石の効能や神秘性を謳わざるを得ず、商品に怪しさが付きまとうこととなる。またそこが今の消費者に受けているのか。ヒスイを宝石以外に利用しようと考えたときやはり同じことになるのか。

7. 甲府商工会議所 (宝飾品)

8. 静岡商工会議所 (家具)

<今月の事業実施状況>

11月20日(月)第3回「静岡家具ブランド戦略策定委員会」開催

(1) 開発商品の方向性について

“静岡家具ブランド”として開発したい商品の方向性について、「木工技術を使った灯りの生活具」というコンセプトで、家具等に組み込むタイプから照明器具単体で機能するタイプのものまでを捉え、次の4つの方向性を示した。それは、(1)日本の伝統的木工技術や塗装技術、和紙等を使った新しい日本の照明器具 (2)日本の伝統的木工技術や塗装技術、和紙等を使ったヨーロッパテイストの照明器具 (3)日本の伝統的木工技術や塗装技術、和紙等を使った照明複合家具 (4)木材以外の素材を使った照明複合家具。この4つの方向性の商品事例(写真紹介)を市場調査項目に入れ、今後、開発商品を絞るうえでの参考とする。

(2) 市場調査の内容について

調査の概要は下記の通り。

【調査対象地区】 中国上海での中国Web シンジケートの会員登録者

【調査対象者】 20歳以上 500サンプル

【設問数】 24設問

【内 容】 *家具・インテリアに関する習慣、ニーズ、所有スタイル、購入チャネル、購入実態、位置づけ等

*日本風家具のイメージ、認知度、各国の家具のイメージ、家具の欲求順位等

*日本の家具のコンセプト評価、灯りや光、照明器具への興味について等

【調査実施時期】 平成18年12月

調査実施後、集計・分析を行い、平成19年1月に調査報告書を作成する。

第4回「静岡家具ブランド戦略策定委員会」は平成19年1月下旬に開催予定。

<担当者のコメント>

・市場調査実施後、調査結果の分析を行い、ブランド戦略アクションプランを策定する。限られた事業期間のなか、平成19年2月末までのきめ細やかなスケジュール管理が必要になってくる。

9. 豊橋商工会議所（佃煮）

<今月の事業実施状況>

平成18年11月6日(木)「三河佃煮ブランディング戦略策定委員会」第3回全体会議を開催

- ・豊橋まつり(10月21日、22日)における消費者アンケートの結果報告
- ・三河佃煮ブランド構築の方向性について、引き続き検討
- ・当委員会参画企業(三河佃煮工業協同組合:14社)に対して、個別調査(ヒアリング)を実施する。(12月~1月)

<担当者のコメント>

ブランド構築の方向性を詰めている段階であり、そのベースとなる「三河佃煮の基準づくり」の一環として、加盟各社の現状、今後に向けての考え方等を詳細に把握すべく個別調査(ヒアリング)を実施することとした。

10. 瀬戸商工会議所（窯業）

<今月の事業実施状況>

11月6日に、(株)ブランド総合研究所の田中章雄氏と清水一徳氏を専門家として招聘し、第3回瀬戸地域ブランド委員会および第8回作業部会を開催した。

第3回瀬戸地域ブランド委員会では、(1)消費者調査案(調査設問)について、(2)各プロジェクトの進捗状況について、(3)その他、について実施した。

第8回作業部会では、第3回瀬戸地域ブランド委員会での報告および各リーディングプロジェクトの展開商品について、意見交換を実施した。また、リーディングプロジェクトの市場調査に係る商品説明の書類作成を実施した。

11月22日に、(株)ブランド総合研究所の田中章雄氏と清水一徳氏を専門家として招聘し、第9回作業部会を開催した。ここでは、11月に実施した「陶磁器ニーズ調査」の中間発表を(株)ブランド総合研究所から説明していただき、各リーディングプロジェクトの方向性を確認した。また、引き続きリーディングプロジェクトの市場調査に係る商品説明の書類作成を実施した。

<担当者のコメント>

第3回瀬戸地域ブランド委員会と第8回、第9回の作業部会の実施によって、各リーディングプロジェクトについて具体的な商品展開まで発展したことはよかったが、消費者ニーズにたった商品展開までは今一步の段階である。よって、第9回で作業部会を終了する予定であったが、12月に作業部会を1回追加開催して、最終的な商品展開の消費者調査の資料作成を実施することとした。

11. 蒲郡商工会議所（繊維製品）

<今月の事業実施状況>

・H18メンバー8 専門家メンバー3名(杉山哲三・今野文雄・佐口昌司氏) 事業遂行調査打合せ。
「KYOTO PREMIUM 製品発表・記者発表の見学・調査」 (1)KYOTO PREMIUM 製品発表・記者発表の見学・調査 (2)出展者とのリスニング (3)11月28日開催企画委員会専門家打合せ。

・H18.11.20 専メンバー3名(杉山哲三・今野文雄・佐口昌司氏) 事業遂行打合せ。
「委員会メンバーと専門家メンバーとのミーティング内容準備作業」 (1)生活者の和テイスト傾向区分マップ作成準備 (2)和テイストのショップリサーチのマップ作成準備 (3)産地調査で収集した生地選定とファブリックマップ作成準備 (4)企画書。

・H18.11.26 専門メンバー3名(杉山哲三・今野文雄・佐口昌司氏) 事業遂行打合せ。
「専門家ミーティング 説明スライド・パネル作成」11月28日開催企画委員会の資料作成。

・H18.11.28 専門家メンバー3名(杉山哲三・今野文雄・佐口昌司氏)と委員会メンバーによる合同企画会議。

「専門家メンバーによる産地調査報告」 (1)ジャパンブランドと社会・経済・生活文化との関連について (2)メゾン・エ・オブジェ展等の和テイストスライド (3)三河産地の技術調査概要 (4)ジャパンブランド取り組み姿勢・考え方の意見交換。

12. 白川村商工会 (薬草・山野草)

<今月の事業実施状況>

11月にはJAPANブランド戦略策定支援事業専門委員会にてワークショップを3回開催し、委員の方々よりご提案いただいたブランド候補案について評価(地場資源・安定供給・コンセプト・差別化・取組み体制)と今後ブランド戦略展開に向けた意見交換を重ねる。多種多様にわたる15項目の提案であるため、類似すると思われる「モノ・サービスの提供」については組合せや集約を図りながら進めた結果、ブランド提案が固まってきた。



13. 高岡商工会議所 (銅器・漆器)

<今月の事業実施状況>

トータルプロデューサーとの事務打合せ 11月16日(木) 場所:富山大学芸術文化学部
トータルプロデューサーである富山大学芸術文化学部の前田学部長と、今後の事業スケジュールの調整及び当地域の技術を見せるコンセプトボックスの内容を検討した。

第2回高岡ブランド戦略会議 11月21日(火) 場所:高岡商工ビル

業界関係者、行政支援機関、富山大学芸術文化学部(専門家)の委員等21名の出席にて、今後の事業スケジュールの提案及び確認し、コンセプトボックスの検討及び企業への提案方法等について協議した。

トータルプロデューサーとの事務打合せ 11月22日(水) 場所:富山大学芸術文化学部

トータルプロデューサーである富山大学芸術文化学部の前田学部長と、セミナー開催及び国内・海外市場調査、事業スケジュールについて協議した。

次回、12月中に「伝統産業を活かす企業経営の戦略」をテーマにした講演&ワークショップを開催する。



<担当者のコメント>

コンセプトボックスの内容検討において、最高級の技術にどれだけ対応していけるのか等、意見が出され、技術の継承が伝統産業の大きな課題の一つである。

14. 大野商工会議所 / 勝山商工会議所 (醗酵食品)

<今月の事業実施状況>

1. 委員会の開催

(1) 11月22日 第7回検討委員会の開催

内容 (1)国内調査の報告を参加者より行う。

(2)事業参画候補者のリストアップを行う

- (3) 京都方面への国内調査について実施と参加者の確認を行う。
- (4) 海外調査の実施日及び参加者について確認を行う。

2. 先進事例研修

- (1) 視察先 鹿島商工会議所(佐賀県鹿島市)
 実施日 11月8～9日
 参加者 6名
 調査内容 発酵食品による「まちおこし」に取り組んでいる鹿島市の取り組みについて現地調査を行う。
- (2) 視察先 遠野商工会(岩手県遠野市)
 実施日 11月15～17日
 参加者 4名
 調査内容 平成17年度に取り組んだ JAPAN ブランド事業の取り組みについて現地調査を行う。

3. 展示会の視察

- 実施日 11月28～30日
 参加者 3名
 視察内容 全国商工会連合会が池袋サンシャインシティで開催している「全国ふるさと見本市」と福井商工会議所が南青山291で開催している「福井県食の逸品企業との商談会」の視察を行う。

<担当者のコメント>

先進事例の研修から、街づくりと一体となりブランド化を進めていると感じた。

15. 鳥取県商工会連合会 (インテリア)

<今月の事業実施状況>

11月10日(金)第3回参画事業者会議
 因幡ブランド確立に向けたアクションプランの策定について検討。

11月22日(木)・23日(金)
 「JAPANTEX2006」インテリアトレンドショー・OZONE 視察 意見交換会
 国内最大のインテリア関連展示会である JAPANTEX インテリアトレンドショーを委員会委員、参画事業者が視察。リビングデザインセンター OZONE で専門家との意見交換会開催。

16. 新市商工会 (インテリア)

17. 三加茂町商工会 (木製品)

18. 五十崎町商工会 (和紙)

<今月の事業実施状況>

- 第6回戦略策定委員会(11月9日)
 協議:(1)パリでのアンケートについて
 (2)SWOT分析・ドメインについて
 (3)新設会社の機能について
 (4)今後の調査研究について



<担当者のコメント>

パリでのアンケート結果を再確認し、どういう傾向のものが海外で受けるか、意見を出し合った。中でも、和紙製のカバンは受けが良く、量産体制を整えるか、もしくは販売戦略ができれば、ブランド商品として通用する手ごたえがあった。

今後は、地区内の匠を再調査し、和紙とのコラボレーションについて可能性を探り、次年度への活動につなげていく。

また、委員会で目指すものと、地元事業者の実状に温度差があり、当事業を充実させるためには、事業者をもっと巻き込んでの活動が必要であることを痛感した。

次年度は、国際コンペティション等の開催も盛り込んで、JAPANブランド事業の申請を行うこととする。

19. 香美市商工会（刃物、農機具）

<今月の事業実施状況>

11月7日

- ・海外視察について検討、メゾン・エ・オブジェには西山商会とコーディネーターが参加。アンビエントには土佐刃物流通センター・山下哲・事務局が参加。
- ・次年度からの取り組み。あくまでも組織化を目的として参加できる企業が継続して取り組む。
- ・次年度からは自己負担も伴う。

11月16日

- ・印南先生の欧州調査事業の近況報告
- ・コンセプト作り

<担当者のコメント>

- ・海外見本市の視察が決定した。
- ・欧州の刃物の状況がおぼろげながら分かってきた。
- ・コンセプト作りに入ってきたので今後の会で更に具体的になる。

20. 大木町商工会（花菓産）

<今月の事業実施状況>

(1) JAPANブランド視察研修(国内)で、代表的展示会である『JAPANTEXインテリアトレンドショー』をJ-ブランドの委員4名で、11月24日(金)～25日(土)までの2日間視察研修した。

この展示会は、インテリア業界を代表する企業が世界から集う国際産業見本市であり、テーブルクロスやラグ・カーペット等のファブリックスやデザイン性の優れたインテリアが出品される商談見本市であり、インテリアの取引、仕入れ及びインテリアトレンド情報の確認の場所として重要な役割をはたしており、年に一度開催されているものです。

又、インテリアビジネスセミナー『クリエイションをいかにビジネスとしているか』をテーマで開催されたので、受講した。インテリア業界最大の展示会(見本市)であり、「多様化する消費者のライフスタイルに対し、日本独自の感性と視点を通じて豊かで魅力あるくらしの創造」を直接肌で感じて理解をし、各プロジェクト関連のブースを視察見学し、デザイン・機能性・価格等の調査を実施することによって、インテリア業界の市場動向を探り、商品イメージの具体化を図りながら、出展担当者との打合せを実施し、今後の出展可能性を探りながらの、有意義な視察研修であった。

(2) J - ブランド専門部会(流通・市場開拓)を11月30日(木)開催し、佐々木部会長挨拶をし、専門家の先生2名(山野 堅治、市川 嘉彦 先生)を紹介し、花菴業界の現状を各委員より説明をし、専門家の先生の意見を聞き、今後の業界の方向づけを定め、部会のスケジュールを決定し、次回は、各参加事業者の展示場・工場等を専門家の先生と見学して、実情把握をし今後の事業推進を計りたいと思っている。



21. 小石原村商工会 (陶器)

<今月の事業実施状況>

11月18日(土)小石原焼ブランド調査部会開催

デザイナー 城谷氏の職場にて検討会及び研修を行う(AM10:00~PM3:00)

城谷氏の指導の下、デザインについて学ぶ。実際の品々を目で見、手で触り感じ取る時間を作れた。

モノを形にする上でそのイメージをどのように生み出さすかが、これからの課題となる。

<担当者のコメント>

今回は、地元を離れ長崎にて研修会を行った。地元での開催は悪くはないのだが、いつでも帰れることでなかなか協議に集中できない面もある。また、専門家である城谷氏の仕事や考え方を理解することも重要であることから長崎での研修を行った。専門家と参画事業者との意思の疎通が上手くいかないと、この事業の成功はありえないと感じる。そのような中、今回小浜での研修は、城谷氏の仕事内容やデザインの事を聞いたり、実際の品を見たり、することができたので参画事業者には大きなインパクトを与える事が出来たし、専門家 城谷氏との距離もなくなったと感じている。

22. 城島町商工会 (瓦インテリア、河川用環境ブロック)

23. 那覇商工会議所 / 国頭村商工会 (三線)

<今月の事業実施状況>

関東地区での調査

・関東地区に赴き、ヒアリング調査を行った。

・実施したヒアリングの対象は以下の通り。

- 三線製造・販売者:4件

- 三線教室・ユーザー:4件

- 他楽器事例:2件(二胡・本土の三味線)

第2回委員会

・事業開始から11月末までの調査結果のまとめとして、三線業界の現状と課題を報告し、それに基づいた三線のブランド化の方向性・今後の打ち手の方針と施策を提案した。

実行チームミーティング

・チームミーティングを2回実施し、本土調査の結果報告と検討、また委員会や12月に実施する講演会の準備内容の検討などを行った。

<担当者のコメント>

・10月までは県内を中心に調査を行ってきたが、今月の本土調査により沖縄県内と本土の購買層、購買要因の違いなどが明らかになり、また本土への三線の流通構造についてもかなり把握が進んだ。

このような調査結果を得たことで、ブランド化の方向性を考えるにあたっての土台のデータとしてかなりの充実が図られた。

・これまでの県内・本土・海外調査のデータに基づきながら、業界の現状と課題、ブランド化の方向性をまとめた。素案ではあるが一つのまとまったプランとなったことで、チーム内でも方向性の共有が一段と具体的に進んでいる。