

# JAPAN ブランドコンセプト再構築等の事業についての報告の概要

平成 18 年 12 月 06 日  
コンセプト再構築 WG

## 1. 目的

「JAPAN ブランド育成支援事業」のこれまでの取り組みを踏まえ、JAPAN ブランド事業全体のコンセプトを構築し、それにもとづいたガイドラインを策定する。

ガイドラインにもとづいた本事業の周知及び認知度向上を図り、全国各地の地域の技術や資源を活かし、国内さらには海外で通用する新ブランド構築の確立を支援する。

## 2. 検討内容

- (1) JAPAN ブランド育成支援事業に関する調査・研究（国内、海外）
- (2) ブランド展開方向性の策定
- (3) 受容性と妥当性の検討
- (4) スローガン(必要に応じてネーミング)の開発、同一商標調査、言語的ネガティブ調査(国内、海外)
- (5) デザイン方向の仮説
- (6) シンボルイメージの最終化
- (7) ブランド展開イメージの開発
- (8) ガイドラインの開発
- (9) コミュニケーションに関する考察
- (10) その他

## 3. これまでの結果

- 1) 現状の JAPAN ブランド育成支援事業の展開構造を整理し、全体を括る本事業のブランディングの軸足を置くポイントとして、各地の中小企業者と日本及び世界の消費者等を結びつける役割が本ブランドには必要であることを明確にした。
- 2) 本事業におけるブランド価値を導くために、平成 16 年度と平成 17 年度のプロジェクト採択事業の事業提案書を分析し、各採択プロジェクトで横断的に見られたブランド特性を分析し、9 つ導き出した。具体的には、機能的価値：(1)「職人のこだわりが生み出す確かな品質」、(2)「日々の営みに耐える実用性」、(3)「地域の

歴史・伝統・気候風土が生み出す多様性」、情緒的価値：(4)「日々の生活における彩り」、(5)「時代や国境を越える新鮮さ」、(6)「豊かな自然と職人の手のぬくもり」、本質的価値：(7)「地域の連携で現代に息づく職人の技」、(8)「使う人の喜びに向けて切磋琢磨するまごころ」、(9)「子々孫々、そして世界の人々に誇りたい地域の志」である。

- 3) 導き出されたブランド価値の精緻化を進めると共に、これらの価値を具体化していく方向性として、「現代の生活に新鮮さを提供していくこと」、「国内はもとより海外の市場にも目を向けていくこと」、「ブランディングにより価値を効果的伝えること」の3つのバリューワードを策定した。

導き出されたブランド価値とバリューワードについて、国内(首都圏・関西圏)及び海外(6ヶ国9都市)の消費者受容性調査を実施した。

- 4) 本ブランド価値とバリューワードをもとに、本事業のネーミング及びスローガンの開発を進め、807のアイデアを開発。さらに商標の同一調査や、委託先の海外オフィスの外国語ネイティブによるネガティブチェックを重ねて6案まで絞り込み、現時点で4案を選定している。

- 5) ブランド価値、バリューワード、ネーミング及びスローガンについて、平成18年度プロジェクト採択事業の商工会・商工会議所等の担当者に受容性や理解度を評価していただくアンケートを実施した。さらに、事業推進委員6名へのヒアリングを実施。

- 7) 今後、コンセプト、ネーミング及びスローガン、ブランドシンボル等を決定し、展示会やJAPANブランド専用ホームページのデザイン等、視覚面でのアイデンティティ開発とパンフレット策定、ガイドライン等の情報伝達ツールの開発等を予定している。