

BrandLand JAPAN

Press Release

2017年12月14日

「BrandLand JAPAN」運営事務局(凸版印刷株式会社)

(経済産業省補助事業)

日本の地域資源の潜在力を引き出し、世界の市場へと挑戦していくプロジェクト 「BrandLand JAPAN(ブランドランド・ジャパン)」

2017年12月13日(水) 中間イベントを実施

「BrandLand JAPAN」運営事務局(凸版印刷株式会社)は、地域経済の活性化を目的として、地域の中小企業等が外部人材を活用し、インバウンドを含む海外需要の獲得を行う取り組みを支援する経済産業省補助事業「JAPAN ブランド等プロデュース支援事業」を推進、このたび本年採択された12事業者のプロジェクトの中間イベントを、12月13日(水)に東京都新宿区「INBOUND LEAGUE(インバウンドリーグ)」にて実施いたしましたのでお知らせいたします。



経済産業省では、地域に眠る魅力的な資源の海外市場に併せた磨き上げや、海外への魅力発信を通じて地方活性化を図るローカルクールジャパン政策を推進しております。その一環として2014年4月より実施している経済産業省補助事業「JAPAN ブランド等プロデュース支援事業」は、本年度から新たな事務局体制にて、「BrandLand JAPAN」として事業名も新たにスタートいたしました。

「BrandLand JAPAN」は、日本の技術力や日本人の感性を掛け合わせた「日本らしい」魅力ある商材やサービスを取り扱う中小企業等が海外消費者の感性やニーズ等に詳しい外部人材を活用し、インバウンドを含む海外需要の獲得を行う取り組みに対してその費用負担を軽減するため当該費用の一部を補助するとともに、事務局がアドバイザーの派遣や海外販路開拓に有益なネットワークの構築支援等を行う事業です。全国各地の中小企業等から応募があった60件の中から、外部の有識者による公正な審査の結果12事業者のプロジェクトを採択し、本年9月に発表いたしました。

今回の中間イベントでは、採択プロジェクトの進捗及び現状での課題を共有し、各プロジェクト間の相互刺激・相互助言を通じて個々のプロジェクトの質をさらに高めるとともに、今回の採択プロジェクト以外の海外販路開拓に意欲的な事業者や外部人材にも本事業の一端を体験いただき、海外進出への意欲を高めていただくことを目指してまいります。

今後の展開としては、2018年2月末に最終報告会の実施を予定しております。

＜本件に関する報道関係からのお問い合わせ先＞

「BrandLand JAPAN」運営事務局(凸版印刷株式会社)

広報担当: 株式会社ノエル・コミュニケーション 鈴木・清水

Tel: 03-3760-9690 / Fax: 03-5408-8433 / Email: press@noelcom.co.jp

参考資料

【中間イベント概要】

日時：2017年12月13日(水) 13:30～18:30

場所：INBOUND LEAGUE 東京都新宿区新宿5-15-14

参加者：採択プロジェクトのプロジェクトマネージャー／事業者

シニアプロデューサー

大西 洋：株式会社三越伊勢丹ホールディングス前社長、浜野 京：内閣官房 政策参与(クールジャパン戦略担当)、

村山 慶輔：株式会社やまごころ代表取締役、インバウンド戦略アドバイザー、横川 正紀：WELCOME 代表

ジュニアプロデューサー

経済産業省

主催：「BrandLand JAPAN」運営事務局(凸版印刷株式会社)

【12プロジェクトの概要】

1. 「泳ぐホタテ」を中心とした、最高品質の食材と加工品の海外マーケティング実施(岩手県)

事業者：有限会社ヤマキイチ商店 <http://www.yamakiichi.com> / プロジェクトマネージャー：山口幹生(山口商店合同会社)

分野：食／主なターゲット国・エリア：香港、シンガポール



商材：三陸の海が育てた「泳ぐホタテ」を中心とする最高品質の海産物と加工品

ホタテが海で過ごしている状態のまま発送し、活かたまま食卓へ届く。それが「泳ぐホタテ」の商標で販売している鮮度の良い活ホタテ。大きさ・味・鮮度のすべてに優れ、貝いっぱい身の詰まった「泳ぐホタテ」を中心に、活アワビ・イクラ・ウニ・ワカメ・ホヤなど岩手県の三陸の海で獲れる最高品質の海産物と加工品の海外マーケティングを実施。香港やシンガポールを中心に事業展開を行う。

<中間報告>香港・シンガポールの展開にあたり現地パートナー企業を選定し、香港では10月28日(土)・29日(日)に食のライターや各界のインフルエンサー等約20名を対象にPRイベント・試食会を実施。シンガポールでは10月30日(月)・11月1日(水)に人気レストラン3店舗の料理長を訪問して日本食材の仕入れに関するヒアリングに加え、店舗視察、消費者ヒアリング実施により、BtoC・BtoBビジネスの可能性を調査。今後は、BtoC・BtoBでの最適な商品群やオペレーションを検討し、来年度での展開に向けて具体的なアクションを決定する。

2. 欧米豪向けハイエンド地域体験提供事業「山伏修行プログラム：Yamabushidō」(山形県)

事業者：株式会社めぐるん <http://megurun.com> / プロジェクトマネージャー：岡本岳大(株式会社 wondertrunk&co.)

分野：観光／主なターゲット国・エリア：欧州、米国、豪州



商材：日本遺産出羽三山を巡る、外国人向け山伏修行体験プログラム「Yamabushidō」

山形県の庄内地方・村山地方にそびえる羽黒山・月山・湯殿山は、出羽三山と総称され、古くから東北地方を代表する聖地・霊場として信仰の対象となってきた。めぐるんでは、この出羽三山での山伏修行体験を中心とした欧米豪向けの3～5日間のプログラム「Yamabushidō」を開発。ターゲットである外国人に響く表現と、販売力のある現地代理店との流通路を組み合わせ、海外販路の開拓を目指す。

<中間報告>これまでの「Yamabushidō」の参加者や関係者へのヒアリングから、今年度アプローチする「4つのマーケット(Team Building Travel Market, Spiritual Travel Market, Educated Travel Market, Luxury Travel Market)」を選定し、4つのマーケット毎に「商品整備」「パートナー」「セールスアプローチ」を検討。主に、商談会や旅行博での海外旅行会社のコメントを参考に、Educated traveler向けの商品となるプログラムを中心に整備。11月には、欧米の訪日旅行専門会社との商談を実施。また、Luxury向けのアプローチとして、Luxury専門旅行会社とのセールス連携に向けた交渉を開始し、推進中。今後は、マーケット毎にプログラムのバリエーションと価格等を検証し、運営体制の整備を進める。

3. 白河だるまの商品開発・台湾市場での新規販路開拓(福島県)

事業者：有限会社幸栄 <http://www.shirakawadaruma.com> / プロデューサー：木村晋平(株式会社クリーム)

分野：ものづくり／主なターゲット国・エリア：台湾



商材：江戸時代より300年の歴史を有する、福島県を代表する伝統的工芸品「白河だるま」

江戸時代、寛政年間より300年の歴史を有する「白河だるま」。寛政の改革で有名な松平定信公の「市民の生活をより元気に」という想いから幸運をもたらす縁起物として誕生し、福島県を代表する県指定の伝統的工芸品として多くの人々に愛されてきたこのだるま。10万人のクリエイターが登録するデザイン小物の物販サイト「Creema(クリーム)」とコラボレートして、台湾への進出を目指す。

<中間報告>台湾市場への進出にあたり、日本最大級のハンドメイドマーケットプレイス「Creema」内“全国いいもの発見プロジェクト—日本の逸品×作り手—第四弾「白河だるま」”としてだるま商品開発のコンペを実施。74 作品(64 名)の応募の中から 32 作品を選考。12 月 1 日(金)・2 日(土)に台湾有数のクリエイティブスポット「華山 1914 創意園區」で実施した“Creema Craft Party in Taiwan”にて展示販売を行い、「クリエイターとのコラボレーションによるだるま」は関心を集め、今後の継続販売を見据えたサイトへの誘導を図れたほか、従来のだるまに加え干支だるまが好評で完売するなど、リアルなテストマーケティングとしても十分な成果を残した。今後は、日本・台湾・香港の Web サイトでの特集販売実施やリアルチャネルでの販路拡大、日本市場ではインバウンド向け施設などでの販売も視野に営業体制を強化する。

4. 金沢発祥 神楽坂育ちの和コスメ「まかないこすめ」を世界中の女性たちへ(東京都)

事業者:株式会社ディーフィット <http://makanaicosmetics.co.jp>

プロジェクトマネージャー:奥山丹奈子(有限会社エヌティエイチディーオー)

分野:ものづくり/主なターゲット国・エリア:欧州、北米



商材:金沢の金箔屋が発祥の、日本独自の素材を使ったナチュラルな和コスメ

金沢の金箔屋が発祥。肌に負担のかかる金箔製造の現場で、美肌づくりのための試行錯誤をもとに女性の肌にやさしくつくりあげた「まかないこすめ」。日本独自の素材を使ったナチュラルな“Japanese Cosmetics”を、お土産からハイクオリティなブランドイメージへと転換。ターゲット市場において、ライフスタイルに浸透するブランドにすることで、海外販路の拡大を目指す。

<中間報告>ブランド立ち上げ 10 周年を機に商品のリブランディングを行い、パリではプランタンに常設導入。9 月下旬にはイギリスに初進出、The Conran Shop(メリルボーン本店、チェルシー店、セルフリッジズ店)3 店舗に導入。導入後も売れ行き好調で、イギリスでの「まかないこすめ」への注目度の高さが伺える。また、11 月 14 日(火)~12 月 22 日(金)の期間、ISETAN MITSUKOSHI Paris にて The Japan Store の POP UP STORE へ出店。新たな販路拡大にも繋がり、アートミュージアムのバイヤーや、セレクトショップ等からの商談多数。さらに、2018 年 1 月から半年間、海外のお客様が增加している金沢駅の駅ビル「金沢百番街」にて POP UP STORE を展開し、海外の観光客に向けたリブランディングの受容性等をヒアリング予定。

5. KAKIMORI PROJECT(東京都)

事業者:株式会社ほたか <http://www.kakimori.com/com> /プロジェクトマネージャー:小路輔(株式会社 FUJIN TREE TOKYO)

分野:ものづくり/主なターゲット国・エリア:台湾、アジア



商材:万年筆・インクやオーダーノートなど、「書く」ためのオリジナル文房具

オーダーノートやオリジナル万年筆・インクを中心にイベントやプロモーションを実施。認知を高めることで、台湾を中心としたアジア各国への販路拡大とインバウンド需要の増加に繋げる。また、蔵前エリアのほかのクラフトショップやカフェ・ホステルなどと連携した蔵前ならではのクラフトツーリズムを広めて、インバウンド需要を喚起することも視野に入れたプロジェクトを展開する。

<中間報告>台湾で開催されているカルチャーイベントの視察を行い、イベントの主催者や参加企業・ブランドへのヒアリング及びグループインタビューの結果から「第二回 Culture & Art Book Fair in Taipei(12/9-10)」へ出店。カキモリの台湾向け Facebook のフォロワー約 1.5 万人に発信して約 1,500 名が来場、新サービスのテストマーケティングを行った。また、10 月中旬から台北の「華山 1914 文創園區」にある Fujin Tree の店舗にて、テーマ性を持った商品のテストマーケティングを実施。予想以上の売り上げで注目度も高く、台湾の文房具マーケットはある程度成熟しているものの、手頃な価格のペンもただ単体で販売するのではなく、テーマ性を持って他のアイテムと組み合わせることで実際の販売に繋がることを実感。今後も継続的にテストマーケティングを実施する。

6. 伝統木工技術「組子」欧州需要開拓プロジェクト(富山県)

事業者:株式会社タニハタ <https://www.tanihata.co.jp> /プロジェクトマネージャー:飯塚真弓(IMMUNORIUM)

分野:ものづくり/主なターゲット国・エリア:フランス、欧州



商材:飛鳥時代から続く伝統木工技術「組子」で製作した商業施設用欄間

飛鳥時代から続く伝統木工技術、「組子」。釘を使わずに木を組むこの技術は、0.1 ミリ寸法が違っただけで組み付けができなくなるほど微細な世界。この組子を使用して現代建築に合った商業施設用の欄間(和風の間仕切り、格子の引き戸)を製作。アジアの祥文様 18 種を駆使した和風の欄間を、欧州の建築市場に売り込み、新たな需要を開拓していく。

<中間報告>海外展開に向けて、タニハタの海外向けカタログ(12 月末完成予定)及び WEB サイト(2018 年 1 月末完成予定)の制作を開始し、「美術組子」というハイエンドユーザー向け製品の販売営業体制を本格的に構築。また、パリ現地ギャラリー開拓のために、さまざまな現地関係者からの情報収集や検討・交渉を開始。大型インテリア建材はインテリア雑貨等の物販とは違い、法律・

構造等の建築設計知識をもとに技術的バックグラウンドを活用した販売戦略が必要のため、一般販売員の教育マニュアルを作成するか、あるいは専門知識をもった販売員の配置を検討。また、それぞれ独自の販路を持つギャラリーオーナーとの交渉を通じて、ギャラリーに置く「組子」の具体的なデザイン戦略および設置・施工の検討に入る。

7. 奈良の蚊帳製品をヨーロッパへ(奈良県)

事業者: 有限会社井上企画・幡 <http://www.asa-ban.com> / プロジェクトマネージャー: 青木千映(エービングプラス)

分野: ものづくり / 主なターゲット国・エリア: フランス、欧州



商材: 着心地のよい綿の蚊帳生地を素材とした服飾雑貨、テーブルウェア、インテリア商材

綿の蚊帳生地を素材とした服飾雑貨、テーブルウェア、インテリア商材をヨーロッパに展開するプロジェクト。フランスをターゲットに、パリに拠点を置くエービングプラス社と手を組むことで、彼らのバイヤーネットワーク、ショールームを使用した営業に取り組む。また 2017 年内をテストマーケティング期として、パッケージデザインの見直し、商品設定、販売システムの構築を実施。2018 年 1 月のメゾン・エ・オブジェで展開する。

<中間報告>メゾン・エ・オブジェ 9 月展及びパリデザインウィーク期間に ABINGPLUS 社のブースにて、商材ディスプレイと来場バイヤーや一般消費者を対象にした市場調査を実施。特に、ヨーロッパでの市場性の有無と適正価格、パッケージングについてヒアリングし、ヨーロッパでは市場性のある価格で提供することが可能と認識。また、ほぼ全員が色の美しさに目を惹かれたという印象で、パッケージはシンプルなもの好まれる傾向。今後は、メゾン・エ・オブジェ 1 月展に向けて、コンセプト確定、ラインナップ決定、パッケージ選定ほか、Web サイトも立ち上げるなどの諸順準備を行う。

8. 清水白桃ゼリーのタイ展開(岡山県)

事業者: 有限会社清風庵 <http://www.seifuan.com> / プロジェクトマネージャー: 勝田隆仁(VERTEX ASIA JAPAN)

分野: 食 / 主なターゲット国・エリア: タイ、アジア



商材: 四万十川の清流水と濃厚な白桃ピューレを使った清水白桃ゼリーを中心としたフルーツゼリー
芳醇で香味高い岡山県産の清水白桃の半割を使用。四万十川の清流水と濃厚な清水白桃ピューレを使ったゼリーで包み込んだ「清水白桃ゼリー」は、第 27 回(2017 年)全国菓子大博覧会で名誉総裁賞に輝くほどの逸品として、多くの人々に愛されている。この最高に贅沢なゼリーを中心とした、さまざまな絶品フルーツゼリーをタイで展開。カフェ形式の実店舗での取り扱いやお土産商品としての販売を行う。

<中間報告>9 月に開催された JAPAN EXPO IN THAILAND 2017 のオフィシャルレセプションで展示・試食を実施するとともに、タイ事業者を対象に銀座久兵衛によるお任せコースを期間限定で提供(清水白桃ゼリーをデザートとして提供)し、高評価。並行して、現地生産によるセカンドラインの商品開発に着手。また、タイでの店舗展開にあたり、ゼリー単品だけでは店舗展開の商品ラインとして不十分という現地タイ人の声と、暑いタイでドリンクの需要を考慮し、フルーツ系ソフトドリンクラインナップなど別商品展開も検討。さらに、台湾をタイに次ぐ第二のターゲット市場と設定。清水白桃ゼリーに関心を持ちそうな現地の事業者・パートナー選定を開始。

9. ブラッシュブランド「SHAQUDA(シャクダ)」動的プロモーション企画(広島県)

事業者: 有限会社瑞穂 <http://www.mizuho-brush.com> / プロジェクトマネージャー: 小泉堅太郎(AMD 株式会社)

分野: ものづくり / 主なターゲット国・エリア: 欧州、米国



商材: 伝統的工芸品 熊野筆 新ブラッシュブランド「SHAQUDA(シャクダ)」

180 余年の歴史を持ち、日本の伝統的工芸品に認定される「熊野筆」。この生産地である広島県・熊野町のメーカー、瑞穂が 2015 年に発売した化粧筆ブランド「SHAQUDA(シャクダ)」。今回、洗練されたプロダクトデザインを際立たせた従来の「静的」なプロモーション表現から、機能や体験価値を訴求する「動的」な方向性へ転換すべく、ブランディング会社と協同で海外販促のための新たな表現を開発する。

<中間報告>広報企画の一環として、9~11 月に使い手を交えた座談会と消費者パネル会を開催。「癒し、気持ちよさ、生活のお洒落さ」というイメージワードに加え「透明感ある素肌に近い薄メイク」「崩れないメイク、持ちの良さ」「1 本で多用途、粉含みと同時に粉離れも優れ、掃除しやすい」など、「実用性・利便性+美容的なベネフィット」に訴求するファクターを盛り込むべきとの意見が多く出た。テストマーケティングでは 11 月にフランス・パリのジャパニストアおよび ESPACE DENSAN での販売会に参加。これらで得られた意見を織り込み、年明けに広報ツール作成に着手し、プロモーションを展開予定。

10. 桐箱、桐製品の海外での事業展開(福岡県)

事業者:株式会社増田桐箱店 <http://www.kiribako.jp> /プロジェクトマネージャー:大滝敦(株式会社トランセント)

分野:ものづくり/主なターゲット国・エリア:米国



商材:日本の伝統的な桐素材・桐加工技術を活用した桐箱や桐製品

古来より日本では、桐箆笥や桐箱に代表される桐製品を生活の中に多く取り入れてきた。その特長は、優れた調湿性や防虫性、そしてクッション性が高く軽量であること。高級品として知られるこの桐製品を、トランセントのネットワークを活用しアメリカで販売。昭和4年創業の増田桐箱店が誇る高い製造技術を生かして、現地ニーズに合わせた商品開発も行う。

<中間報告>米国市場での販売に向け、9月より新商品開発プロジェクトを開始。米国でのテストマーケティングの結果を受けて、桐の素材特性を活かした食品保存容器の商品化を決定、米国において「お米(米びつ)」よりも消費量が多くポピュラーな食品「パン」「コーヒー豆」「パスタ」「サプリメント」「ナッツ」などに合わせた容器開発を検討。9月末~10月初旬にキーマーケットとなるロサンゼルス視察。ライフスタイル系セレクトショップ「County」と長谷園が満を持してオープンした「TOIRO」での取り扱いが決定し、滑り出しは順調。ただし、購入者は“おしゃれな容器”として捉えており、桐の特性までを理解して購入する者は皆無。今後は「桐ブランド」を確立するため、機能性訴求のプロモーションを強化し、海外向けHPを立ち上げるなど販促ツールも並行して準備する。

11. 本格芋焼酎仕込み「小鹿梅酒」海外市場開拓(鹿児島県)

事業者:小鹿酒造株式会社 <http://www.shochu-kojika.jp> /プロジェクトマネージャー:福留千晴(株式会社 Barbara Pool)

分野:食/主なターゲット国・エリア:台湾



商材:鹿児島県産の梅実を100%使用した本格芋焼酎仕込みの梅酒「小鹿梅酒」

鹿児島県産の梅実を100%使用した本格芋焼酎仕込みの梅酒が「小鹿梅酒」。本格芋焼酎発祥の地、鹿児島の500年の歴史・技術に裏打ちされたこの梅酒を売り込むのは、国民の訪日割合がトップレベルで、甘い味わいが若年層に人気の台湾。“日本の歴史に裏付けされた本物のお酒”として需要の掘り起こしとブランディングを行い、PR及び販路開拓を行う。

<中間報告>9月に今後狙うべきターゲットと台湾での展開後の日本への逆輸入について議論を開始。現状では従来の容量(720ml)より、台湾のライフスタイルを踏襲しながら高付加価値を提供できる少量(300-500ml)で想定。今後協力先の Fujin Tree Group にも台湾における若者の酒類消費傾向・ライフスタイル等をヒアリングしながら、パッケージデザインを含めて検討。今後は、1月12日(金)~1月15日(月)に試飲会および商談会を実施。また、2月1日(木)~2月14日(水)には Fujin Tree Café とコラボ展開し、ロック、ソーダ割り、お湯割りなどの飲み方も提案なども含めたPRを展開する。

12. 沖縄産ナチュラル・コスメで香港から市場本格開拓(沖縄県)

事業者:株式会社ポイントピュール <http://pointpyuru.co.jp> /プロジェクトマネージャー:新垣美佳(新垣商通香港有限公司)

分野:ものづくり/主なターゲット国・エリア:香港、アジア



商材:久米島の海洋深層水と沖縄天然素材を使用したピュアコスメ「Ryuspa Refining」シリーズ
アジアコスメ市場のゲートウェイである香港における、久米島の海洋深層水と沖縄天然素材を使用したピュアコスメ「Ryuspa Refining」シリーズの販路開拓が狙い。現地の有名百貨店での実演販売・モニタリング、世界規模の化粧品展示会として知られるコスモプロフ・アジアでのプロモーションなどを通じて、香港を皮切りにアジア市場における中間価格帯でのシェア獲得を目指す。

<中間報告>9月に香港での市場調査を実施。日本の化粧品メーカーは、この20年余りで高価格帯層と低価格帯層向けの市場では程度のマーケットシェアを獲得してきたものの、中間価格帯層ではスキンケア及びメイク商品において本格的に売場に入っていないのが現状。価格設定に関しては、消費者動向を加味して少し高いイメージを維持しながらも購入しやすい価格帯 200香港ドル前後を意識し、HERO アイテム、特別なスキンケア、プラスアイテムとして使用できる商品の価格は300香港ドル以上に設定。11月には香港デパートでモニタリング販売や商談会を実施。

※詳細は、「BrandLand JAPAN」公式 Web サイトにてご紹介いたします。 <https://brandlandjapan.com>

【「BrandLand JAPAN」運営事務局について】

本事業は、経済産業省補助事業です。凸版印刷株式会社が補助事業者(運営事務局)として事業を執行します。