

BrandLand JAPAN

Press Release

2018年7月18日

「BrandLand JAPAN」運営事務局

(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)」 最終審査を経て採択 14 事業者を決定

「BrandLand JAPAN」運営事務局は、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(プロデューサー)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「専門家招聘型プロデュース支援事業」を推進、このたび最終審査を経て14 事業者のプロジェクトを採択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」を前身とする「専門家招聘型プロデュース支援事業」は、昨年度から「BrandLand JAPAN」として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プロデューサーを活用し、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とともに、将来的に類似の取り組みを自己資金において行う中小企業等の創出や、それらを支える次世代プロデューサーの知見向上に繋がるよう、海外需要獲得に資することを目的としています。そのため、各採択事業者に対し、費用負担を軽減するために当該費用一部補助や、アドバイザーの派遣および海外販路開拓に有益なネットワークの構築支援等を行います。

今年度のプロジェクトの採択にあたり、Web サイトにて募集を行い、全国各地の中小企業等から 50 件の応募があった中で、外部の有識者による公正な審査の結果、下記の 14 プロジェクトを採択いたしました。

記

1. YAMAMO “I.L.A. (Industry Loves Art)” PROJECT 産業は芸術に恋をする(秋田県)
2. J-Konjac 国産こんにゃくを北米へ(群馬県)
3. 日本刀の聖地を巡る SAMURAI ツアー造成(東京都)
4. 苔のシートを中心とした「JAPAN GREEN」の海外展開(新潟県)
5. 新素材トライタンを日本の匠の技で更なる付加価値で北米市場に(石川県)
6. 「独自の乳酸菌入り石鹸×浮世絵パッケージ」アジア市場を開拓(愛知県)
7. 快適な日本製婦人靴で、アジアのミセス市場を開拓(愛知県)
8. 創業150年 和菓子屋 三寿園、“豊明から世界へ”(愛知県)
9. 訪日外国人を商店街に呼び込む「円頓寺商店街の下町暮らし体験プログラム」(愛知県)
10. best pot 海外展開(三重県)
11. 日本の原風景を旅するサイクルツーリズム事業(滋賀県)
12. 一本の線で作る新空間デザイン(大阪府)
13. “hibi 10MINUTES AROMA”1 国 1 代理店体制確立に向けた代理店開拓(兵庫県)
14. AKERU PROJECT で欧州にチャレンジ(長崎県)

<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

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

【14 プロジェクトの概要】

1. YAMAMO “I.L.A.(Industry Loves Art)” PROJECT 産業は芸術に恋をする(秋田県)

事業者: 高茂合名会社/ヤマモ味噌醤油醸造元 <http://yamamo1867.com> /プロデューサー: 本村拓人(株式会社 GRANMA/Granma Inc.)

分野: 食/主なターゲット国・エリア: アメリカ、フランス、ドイツ



商材: YAMAMO FACTORY TOUR with Art -I.L.A. 産業は芸術に恋をする-

江戸末期から 150 余年続く蔵元であるヤマモ味噌醤油醸造元の工場と庭園、蔵を巡る、発酵体験ツアー「ファクトリーツアー」を 2016 年よりインバウンド向けに展開。今年度は、蔵見学や飲食の提供に加え、I.L.A.ギャラリーとアートコンテンツを実装することでツアーを拡充。また、並行して、産業が生まれる背景の地元・岩崎の地域ブランディングを行い、発酵イベントなどを通じて、国内外から広く誘客し、地域の活性化を図る。

2. J-Konjac 国産こんにゃくを北米へ(群馬県)

事業者: 株式会社アイイー・フーズ <http://ia-foods.com> /プロデューサー: 利根川正則(株式会社グローバルメディア)

分野: 食/主なターゲット国・エリア: 北米



商材: こんにゃくの新しい食べ方・新しい価値観を提案する商品 J-Konjac シリーズ

古くから受け継がれてきた伝統食品であり、地元群馬県の特産品であるこんにゃくの美味しさとヘルシーな特徴を活かし、新たな食べ方の提案を進める J-Konjac シリーズ。低カロリー、無脂質、低糖質、食物繊維を多く含むこんにゃくを、パスタ、ヌードル、スープなど、より多くの方により手軽に楽しんでいただける形でお届けし、日本が誇る伝統食品「こんにゃく」の新たな可能性を発信する。

3. 日本刀の聖地を巡る SAMURAI ツアー造成(東京都)

事業者: Eighty Days 株式会社 <http://80days.co.jp> /プロデューサー: 柳瀬武彦(株式会社まるかじり)

分野: インバウンド/主なターゲット国・エリア: 欧米



商材: 日本刀と侍文化の体験

かつて 300 名の刀職人が集結したと言われる岐阜県関市。刀は分業で、すべての工程に携わる職人が残るといえる意味では唯一の町。この土地で、自己表現として旅をする欧米を中心とした訪日外国人のお客様に日本刀と侍文化の体験を提供し、ミレニアル世代の求める非日常的で文化的な体験による新たな「ラグジュアリートラベル」を提供し、最高の思い出を創出することを目指す。

4. 苔のシートを中心とした「JAPAN GREEN」の海外展開(新潟県)

事業者: 農業生産法人株式会社グリーンズグリーン <http://greensgreen.jp> /プロデューサー: 石川竜太(株式会社フレーム)

分野: ものづくり/主なターゲット国・エリア: イギリス、オーストラリア、アメリカ



商材: 土を使わず栽培した砂苔シートおよび新感覚の盆栽ブランド(非盆)

園芸産地新潟市で開発した「砂苔シート」は、土を使わずに特殊な不織布を培土代わりにシート状に栽培した砂苔。検疫で問題となる土を使用していないため輸出が可能。シート状のためハサミで切り貼りが可能。そのまま敷き詰めれば苔庭に、壁面に貼ればアートに、と用途は様々。日本の国歌にも詠われる苔は日本を象徴するグリーン。この「JAPAN GREEN」である砂苔シートおよび砂苔シートを使用した新感覚の盆栽ブランド「非盆」と組み合わせながら海外の需要を開拓する。

5. 新素材ライタンを日本の匠の技で更なる付加価値で北米市場に(石川県)

事業者: 石川樹脂工業株式会社 <http://www.ishikawajyushi.net> /プロデューサー: ロバート・アマカス(K-Trader Inc)

分野: ものづくり/主なターゲット国・エリア: アメリカ



商材: 新素材ライタンを採用した“Plakira(プラキラ)”

車が踏んでも割れない新素材ライタンを採用し、食卓が映えるデザイナー食器ブランド“Plakira”。ガラスのような透明感があり、お子様にも安心な割れない素材の樹脂製食器で、どんなシーンにでも調和するデザインも特徴のひとつ。伝統工芸や食文化が色濃く残る石川県金沢だからこそ生まれた新しい食器ブランドの海外マーケティングを実施し、北米を中心に事業展開を行う。

6. 「独自の乳酸菌入り石鹸×浮世絵パッケージ」アジア市場を開拓(愛知県)

事業者: 株式会社 GE ウェルネス <http://hinatahina.com/ukiyoe> /プロデューサー: 恒吉美香(合同会社 M Beaute)

分野: ものづくり / 主なターゲット国・エリア: 香港、シンガポール、マレーシア



商材: 独自の乳酸菌入り石鹸

バイオテクノロジーの研究から生まれたスキンケア。本来ヒトがもっているチカラを引き出す古来より存在しているバイオのチカラと現代の技術が生み出す最新テクノロジーを融合することにより、現代を生きる人々に安心して安全な日本製の商品を世界に届けたい思いから発足されたプロジェクト。

7. 快適な日本製婦人靴で、アジアのミセス市場を開拓(愛知県)

事業者: 株式会社モラプロダクト <http://mola-product.co.jp> /プロデューサー: 新鞍俊恭(株式会社 Journal Entertainment Tribute)

分野: ものづくり / 主なターゲット国・エリア: マレーシア、タイ



商材: 上質な婦人靴専門の日本製靴

日本が積み重ねて来た神戸・長田で産まれた靴づくりの技術を結集させ、世界に誇る婦人靴ブランドとして、究極の「快適」をミセス・シニアに提供。国内の通販・百貨店向け製造を通じて、ミセス・シニア向けの靴製造の実績とデータ分析を行うことができた。その経験を生かし、上質な婦人靴専門の日本製靴をアジア、特にマレーシア、タイに届けることを目指す。

8. 創業 150 年 和菓子屋 三寿園、「豊明から世界へ」(愛知県)

事業者: 有限会社三寿園 <http://www.sanjuen-toyoake.com> /プロデューサー: 海沼佑介(株式会社ライヴス)

分野: 食 / 主なターゲット国・エリア: 台湾



商材: 自家栽培のお米と 150 年培ってきた三寿園の菓子製造技法を融合した、唯一無二の「だんご」
自社が作るお米と地元素材(プチヴェール)を使った三寿園だんごの台湾でのブランド確立を狙い、将来的には地元である豊明市への誘客(インバウンド)も目指す事業。今年度は、台湾の百貨店などでの実演販売を通じて現地ニーズを把握しながらコラボレーション新商品開発や販路拡大により台湾でのファンを増やす。さらにはベトナム・タイなどの東南アジアへの展開も視野に入れ、日本の文化・日本の素材の良さを世界に広く発信する。

9. 訪日外国人を商店街に呼び込む「円頓寺商店街の下町暮らし体験プログラム」(愛知県)

事業者: 株式会社ツーリズムデザイナーズ http://tourismdesigners.com/index_ja.html /プロデューサー: クリス・グレン(有限会社 パスト・プレゼント・フューチャー)

分野: インバウンド / 主なターゲット国・エリア: EU 諸国、アメリカ、オーストラリア



商材: 「円頓寺・円頓寺本町商店街」での日本の暮らし体験プログラム

今も名古屋下町の人柄と昭和時代の懐かしい雰囲気が残る円頓寺・円頓寺本町商店街で、自社の経営する喫茶店・ゲストハウスと、これまで訪日外国人向け着地型観光ツアーの企画・販売を手掛けてきたノウハウを活用し、地元民と触れ合いながら古き良き下町感の残る商店街の暮らしと遊びを体験するプログラムを開発。ローカル生活体験を好む欧米豪を中心とした訪日外国人客をターゲットにプログラムを販売することで、来街者を増やし商店街の活性化を目指す。

10. best pot 海外展開(三重県)

事業者: 株式会社 MOLATURA <http://samurain.jp/molatura> /プロデューサー: 松本幸太(BONFLY LLC)

分野: ものづくり / 主なターゲット国・エリア: アメリカ(西海岸)



商材: 地場の伝統工芸「萬古焼」と高度な切削技術が産み出した密閉度の高い土鍋 best pot

食材に熱を入れることに優れている土鍋「萬古焼」は、精度の高い成型が難しく、蓋と本体の密着度が常に課題だったが、高度な切削技術により陶器を削ることでその課題を克服し、蓋と本体の密閉度を極限まで高めて土鍋の特性を活かした蓄熱性の高い無水調理を可能にした。アメリカ市場において、感度の高い日本のモダンクラフト嗜好の強い店舗をターゲットとし、デジタルおよびリアルな場の両方で販路開拓を行い、best pot をアメリカの食卓に広げることを目指す。

11. 日本の原風景を旅するサイクルツーリズム事業(滋賀県)

事業者:株式会社ライドス <http://ridas.co.jp> /プロデューサー:藤田勝光(株式会社 Feel Japan)

分野:インバウンド/主なターゲット国・エリア:アメリカ、イギリス、フランス、オーストラリア、ニュージーランド、台湾、シンガポール



商材:日本の原風景を満喫する長期サイクリングツアー

海外からの訪日観光客をターゲットに、日本の地方に残る「日本の原風景」をスポーツサイクルツーリズムによって満喫する長期サイクリングツアー。専任ガイドや専用サポートカーが帯同し、不慣れな日本でも安全・安心の体制を整え、一般観光では味わえない、リアルな日本の地方の生活や物産を自分の足で巡って体験するインバウンド向けスポーツツーリングを目指す。

12. 一本の線で作る新空間デザイン(大阪府)

事業者:平安伸銅工業株式会社 <http://www.heianshindo.co.jp> /プロデューサー:西山健二(EURO JAPAN CROSSING SARL)

分野:ものづくり/主なターゲット国・エリア:フランス



商材:自由な暮らしを実現する突っ張り棒“DRAW A LINE(ドローライン)”

これまで裏方として使われていた「突っ張り棒」を、暮らしを豊かにする「一本の線」と捉え、新しいライフスタイルを実現する家具として再定義。場所に縛られない自由な暮らしを実現しながらも、突っ張り棒の機構でしか実現することのできない、これまでにない軽やかで欧州の居住空間とマッチした魅力的な空間づくりを提案する。

13. “hibi 10MINUTES AROMA” 1国1代理店体制確立に向けた代理店開拓(兵庫県)

事業者:神戸マッチ株式会社 <http://www.kobe-match.co.jp> /プロデューサー:堀内康広(トランクデザイン株式会社)

分野:ものづくり/主なターゲット国・エリア:ドイツ、アメリカ、フランス、イギリス、イタリア



商材:マッチのように火をつけて使うお香“hibi 10MINUTES AROMA”

兵庫県の地場産業のひとつであるマッチ製造。『マッチで火を灯す行為』を文化として語り継ぐため、着火具を使わないお香“hibi 10MINUTES AROMA”を誕生させた。“hibi”が国内外でお香の代名詞となることを願い、全世界に“お香を擦って使う文化”を浸透させていく。そのために、各国のパートナー代理店に対して、二人三脚の関係を強化していく。『伝統産業に関わる人々の誇りを取り戻し、若者が集まる産業へ』これがプロジェクトのミッションとなる。

14. AKERU PROJECT で欧州にチャレンジ(長崎県)

事業者:株式会社岩寄紙器 <http://total-package.jp> /プロデューサー:永田光央(株式会社 CL1978)

分野:ものづくり/主なターゲット国・エリア:EU 諸国



商材:日本の紙の技術と特徴を生かしたギフト用貼り箱やペーパーバック

全てが紙でできているのに、強度や耐久性も充分、さらに様々な形状や構造、はり合わせる紙や印刷紙のデザインは箔押しなどの加工を組み合わせることができる。サイズ・印刷などデザインの自由度が高いため、これまでにないデザインの貼り箱やバッグの企画制作が可能であり、海外のアーティストやメーカーとコラボした商品の制作も視野に入れている。

【「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。