

「暮らしにいいモノプラス プロジェクト」西日本地域 感性価値創造・ブランディング事業

株式会社ベティスミス
(岡山県倉敷市)ほか

レディースジーンズのトップメーカーとしての地位を築き上げる一方で、ジーンズ製造時の残り布を再利用した小物ブランドを創設。岡山県内に原材料、付属品の仕入先が30社、外注工場が5社、加工工場が10社あるため、売上増に伴い、各仕入先、工場への発注額が増加、地域への経済的波及効果が期待できる。

ポテンシャル
(強み)

- 29年度事業では、従来ある「地域や産地」「単独企業名」でのブランド化ではなく、「カワイイ」、「暮らしにいい」といった感性に着目した地域や業種に縛られない新しい形のブランド化として、作り手・クリエイター・消費者が一体となって創り出す新たな「感性価値創造・ブランディング」の仕組みを構築。
- 「蔦屋書店」等を運営するカルチャ・コンビニエンス・クラブ(CCC)株式会社をアドバイザーとして迎え、消費者に近い視点からより「売れる」モノ作りを目指す。

取組内容

西日本地域の伝統的工芸品等の「(品質の)いいモノ」に、「カワイイ」「おしゃれ」など感性に響く価値観を掛け合わせることで、これまで訴求できていなかったマーケットの掘り起こしを行い、地域企業群の競争力強化の支援及び取引企業の拡大を目的とする。マーケティング発想からの商品コンセプトづくり、新規商品の開発、商品のブラッシュアップ、売場での展開までトータルで実践し、自立化を目指す取組とする。

①マーケティング発想での
コンセプトづくり

②クリエイターとの
マッチング

③新規商品の開発/
既存商品のブラッシュ
アップ

④グループインタビュー
(定性調査)

⑤蔦屋書店など実店舗
でのパイロット展開

市場の反応を見ながら、
「売れる」商品を目指す

事業実施体制

有望企業群ネットワーク

クリエイターネットワークと協働し、既開発商品のブランディング及び新規商品開発により、中核企業を目指す

【29年度開発商品例】



デニムを再利用したクラッチバッグ/ベティスミス
香炉(線香の新しい利用シーン提案)/孔官堂

東京インターナショナルギフトショーでは1社あたり商談件数30件、成約見込件数8件、成約見込金額2百万円

有望企業群から
中核企業へ



手袋の余り布を再利用したマフラー/福田手袋

既存商品をブラッシュアップし、
ブランド化を目指す事業者

新規での商品開発を目指す事業者

アドバイザー

カルチャ・コンビニエンス・クラブ株式会社

「蔦屋書店」などを運営し、商品だけでなくライフスタイル提案まで行う小売事業者。販売現場を知る立場から「売れる」商品にするためのアドバイスをを行う。



■KRMK/犬塚氏: マーケティング発想から、新規商品開発および商品のブラッシュアップへのアドバイスをを行う。

アドバイス

凸版印刷 / Conoma

事業の全体統括・マネジメント

クリエイターネットワーク

有望企業群と協働し、新規商品開発、商品ブラッシュアップをサポート

マッチング/協働